

## BAB II

### TINJUAN PUSTAKA

#### A. Rerangka Teori

##### 1. Teori *Stakeholders*

*Stakeholders* atau pemangku kepentingan dalam perusahaan dapat dibagi kedalam dua pengertian yaitu dalam arti luas dan sempit. Dalam arti luas *stakeholders* diartikan sebagai kelompok yang dapat mempengaruhi tujuan pencapaian perusahaan diantaranya adalah pemegang saham, karyawan, pesaing, pelanggan pada segmen tertentu dan pegawai pemerintah. Dalam arti sempit *stakeholders* mencakup pegawai, kreditur tertentu, atau pegawai kunci pemerintahan yang terkait dengan kebutuhan perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya (Solihin, 2009).

Perusahaan yang menyadari peran penting *stakeholders* akan berupaya menjaga hubungan baik antarkeduanya melalui manajemen *stakeholders* yang baik. Hal ini karena keberadaan *stakeholders* yang bisa berdampak pada keputusan manajemen berkaitan dengan upaya pencapaian tujuan perusahaan. Setidaknya ada dua model manajemen *stakeholders*, model manajemen *strategic stakeholders* didasarkan pada tujuan perusahaan menghasilkan laba dan model *intrinsic stakeholders commitment* didasarkan pada komitmen moral yang akan berpengaruh terhadap perumusan strategi perusahaan.

Teori *stakeholders* mengharuskan perusahaan memberikan perhatian dan manfaat kepada pemangku kepentingan lain bukan hanya memperhatikan kepentingan investor (Rosiana, dkk 2013). Ekspektasi yang diberikan

*stakeholders* kepada perusahaan menjadikannya memilih secara sukarela pengungkapan informasi baik dalam hal pengungkapan kinerja, lingkungan atau sosial melebihi pengungkapan informasi wajib (Cecilia, 2015).

## **2. Teori Keagenan**

Teori keagenan menurut Jensen and Meckling (1976) adalah hubungan keagenan berbentuk kontrak antara satu atau lebih orang yang bertindak sebagai prinsipal dan pihak lain sebagai agen untuk melakukan jasa atas kepentingan prinsipal termasuk pemberian kuasa pengambilan keputusan kepada pihak agen.

Dalam teori keagenan perusahaan dipandang sebagai kumpulan kontrak yang mengikat antara prinsipal dan manajer. Prinsipal sebagai pihak yang memiliki kelebihan dana atau modal menyerahkan pengelolaannya kepada manajemen perusahaan. Manajer sebagai pengelola tentu berkewajiban menyampaikan laporan atas pengelolaan tersebut kepada prinsipal dalam bentuk laporan keuangan yang mana laporan keuangan itu menggambarkan kondisi perusahaan.

Melalui laporan keuangan manajer mengirimkan sinyal kepada pemegang saham. Akan tetapi kadang sinyal yang dikirimkan berbeda dengan yang diharapkan, karena kecenderungan manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Ketidaksinkronan kepentingan dan perbedaan informasi yang dikirimkan dengan kondisi inilah yang sebenarnya mengakibatkan konflik keagenan (Permanasari, 2010).

Sugarsi (2008) menjelaskan prinsipal adalah orang yang bertindak sebagai penyedia dana operasional perusahaan sedangkan agen sebagai pihak yang menjalankan perusahaan sebaik mungkin untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Implikasi teori keagenan pada pengelolaan perusahaan terletak pada pemisahan fungsi eksekutif dan pengawasan manajemen. Pemisahan ini memungkinkan adanya “*checks and balances*” untuk menciptakan independensi dan meningkatkan kinerja managerial. Teori keagenan juga berhubungan dengan keinginan mewujudkan *governance system* untuk memperjelas tugas, dan wewenang antara keduanya (Alijoyo, 2004).

Munculnya perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak mengakibatkan munculnya biaya agensi. Biaya agensi ini adalah upaya yang dilakukan untuk menekan konflik keagenan antara prinsipal dan agen. Jensen dan Meckling (1976) menyebutkan adanya biaya agensi yang muncul akibat konflik keagenan:

- a. *The monitoring expenditure by the principle* : biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk mengawasi perilaku agen dalam mengelola perusahaan.
- b. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)* : biaya yang dikeluarkan agen sebagai upaya menjamin tindakan agen yang tidak merugikan prinsipal.
- c. *The residual cost* : penurunan tingkat utilitas prinsipal atau agen karena hubungan agensi.

### 3. Teori Legitimasi

Teori legitimasi tidak dapat dilepaskan dari kesadaran perusahaan mengenai keberadaannya ditengah masyarakat. Teori ini erat kaitan dengan kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan atas akibat yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan. Harsanti (2011) menjelaskan perusahaan terikat kontrak dengan nilai yang berkembang di masyarakat. Nilai sosial ini mengharuskan perusahaan menjalankan operasinya tidak bertentangan dengan norma yang berlaku.

Sikap perusahaan dalam menjalankan operasinya menentukan keberlangsungan hidup perusahaan dimasa depan. Apabila yang terjadi adalah sebaliknya, yang mana perusahaan tidak dapat memenuhi keselarasan tersebut maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan mengancam keberlangsungan hidup perusahaan (Harsanti, 2011). Pengungkapan CSR adalah salah satu cara yang ditempuh untuk mempertahankan legitimasi perusahaan ditengah masyarakat.

Pradipta (2015) menjelaskan keberadaan perusahaan ditengah masyarakat tidak dapat dilepaskan dari kepentingan legitimasi atau pengakuan dari lingkungan sekitar. Tidak saja masyarakat sekitar, perusahaan juga membutuhkan pengakuan dari *stakeholders* lain seperti investor, pemerintah, maupun customer (Pradipta, 2015). Perusahaan yang menyadari bahwa kelangsungan hidupnya tergantung pada interaksi yang baik antara perusahaan dengan lingkungan akan mendasarkan operasinya berdasarkan nilai dan norma yang berlaku.

Ratmono dan Sagala (2016) berpendapat legitimasi perusahaan dapat di peroleh dengan cara peningkatan informasi tentang kegiatan sosial kemasyarakatan kepada pemangku kepentingan. Pengungkapan informasi ini juga akan meningkatkan citra baik di mata masyarakat. Sehingga dapat di simpulkan bahwa teori legitimasi merupakan teori yang memastikan perusahaan beroperasi dalam batas-batas norma sosial masyarakat. Sifatnya yang dinamis menuntut perusahaan peka dan responsif terhadap perubahan dan mengandalkan kontrak sosial yang ada. Harsanti (2011) menjelaskan perusahaan yang legitimet adalah perusahaan yang memiliki tujuan kongruen dengan nilai yang hidup di masyarakat.

#### **4. *Signaling Theory* (Teori Signaling)**

*Signaling theory* menjelaskan tentang pemberian informasi yang dilakukan perusahaan kepada pengguna laporan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi diantara keduanya. Asimetri informasi dapat terjadi karena salah satu pihak tidak memiliki akses informasi yang sama dengan pihak lain sehingga untuk menguranginya perusahaan harus mengungkapkan informasi baik berupa informasi keuangan dan non keuangan (Fidhayatin dan Dewi 2012). Perusahaan dapat mengungkapkan informasi tentang promosi atau tindakan lain yang telah dilakukan untuk memenuhi keinginan investor.

Pelaku pasar akan memberikan reaksi positif pada saat informasi diberikan apabila informasi tersebut relevan dan dapat digunakan untuk menganalisa nilai saham perusahaan dipasar modal (Fidhayatin dan Dewi 2012). Reaksi pasar ditunjukkan dengan peningkatan aktivitas jual beli saham

setelah pelaku pasar menerima dan menginterpretasikan informasi sebagai *signal* baik bagi investor (Sunardi, 2011).

## **5. Agresifitas Pajak**

Menurut Kamila dan Martani (2013) pajak merupakan bagian dari kekayaan perusahaan yang di transfer kepada negara. Pajak mendasarkan perhitungan pada penghasilan kena pajak (PKP) yang akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan berkurang. Berkurangnya profitabilitas akan menghambat tercapainya tujuan perusahaan untuk memaksimalkan laba dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Bagi sebagian perusahaan hal ini menjadi persoalan yang melatarbelakangi dilakukannya agresifitas pajak.

Rini, dkk (2015) berpendapat tindakan agresifitaspajak merupakan tindakan yang umum terjadi dikalangan perusahaan. Agresifitas pajak dilakukan melalui strategi perencanaan pajak yang biasanya dilakukan untuk menghindari sanksi akibat pelanggaran aturan perpajakan, akan tetapi dalam hal ini strategi perencanaan pajak dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang dapat meminimalisir jumlah pajak terhutang. Meski bukan merupakan pelanggaran hukum, tindakan ini dipandang tidak sesuai dengan etika sosial dan bertentangan dengan harapan masyarakat (Rini dkk, 2015).

Agresifitas pajak pada dasarnya adalah tindakan untuk meminimalisir beban pajak perusahaan melalui perencanaan pajak (*tax planning*) dengan cara yang dilegalkan (*tax avoidance*) ataupun ilegal (*tax evasion*) (Putri,

2014). Dari sudut pandang tradisional, agresifitas pajak merupakan tindakan yang murni dilakukan untuk meminimalisir beban pajak perusahaan. Dari sudut pandang kontemporer agresifitas pajak dilakukan untuk kepentingan pribadi manager dan bukan atas kepentingan pemegang saham. Tindakan semacam ini disebut *rent extraction*.

Tujuan utama tindakan agresifitas pajak bagi perusahaan adalah meminimalisir beban pajak yang harus segera dibayarkan. Perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif tidak berarti menghilangkan kepatuhannya membayar pajak hanya saja perusahaan memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan untuk menghemat beban pajak yang harus ditanggung. Beban pajak merupakan hasil perkalian antara penghasilan kena pajak dengan tarif yang telah ditetapkan (Kamila dan Martani 2013).

Kedua tindakan diatas baik *tax avoidance* atau *tax evasion* menjadi penghambat bagi fiskus untuk memaksimalkan penerimaan pajak negara. Pasalnya perusahaan akan terus berupaya mencari kelemahan dari peraturan perpajakan yang membawa keuntungan bagi perusahaan. Semakin besar usaha perusahaan meminimalisir jumlah pajaknya semakin dikatakan perusahaan agresif terhadap pajak.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya agresifitas pajak dapat diidentifikasi melalui beberapa perhitungan. Ada beberapa alternatif proksi yang biasa digunakan dalam penelitian agresifitas pajak, diantaranya *Effective Tax Rate* (ETR) , *Cash Effective Tax Rate* (CETR), dan perbandingan *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan. Rusli dkk, (2015) menjelaskan proksi

ETR melakukan pengukuran berbasis laporan laba rugi yang secara umum mengukur keefektifan pengurangan pajak dan mengarah pada laba bersih yang tinggi. CETR bertujuan mengukur keagresifitasan perencanaan pajak yang dilakukan dengan perbedaan tetap maupun temporer (Rusli dkk, 2015).

Proksi lain adalah perbandingan NPM perusahaan dengan perusahaan industri. Apabila nilai NPM perusahaan dibawah nilai rata-rata NPM perusahaan industri maka ada indikasi laba yang dilaporkan berbeda dari sebenarnya. NPM dibawah rata-rata perusahaan indsutri menggambarkan kondisi perusahaan atau ada indikasi penghindaran pajak (Adimartha dan Noviari, 2015).

## **6. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan atau yang lebih familiar dengan *corporate social responsibility (CSR)* muncul sebagai bentuk respon perusahaan terhadap tuntutan untuk tidak hanya berfokus pada aktivitas memaksimalkan laba. Perusahaan tidak dapat berkilah bahwa keberadaannya ditengah masyarakat menimbulkan satu tuntutan untuk memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan sekitar. Aktivitas perusahaan yang tidak hanya berfokus pada laba atau *single bottom line* namun juga dapat menyeimbangkan aktivitasnya dalam hal ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) saat ini dikenal dengan istilah *triple bottom line*.

Purwaningsih (2015) menjelaskan kinerja *triple bottom line* menunjukkan bila perusahaan juga memberikan perhatian dan kepeduliannya terhadap lingkungan disamping pada tujuan kinerja keuangan. Kepedulian ini



menjadi fondasi penting atas keberlangsungan hidup perusahaan dimasa datang sehingga penting untuk menjadi fokus dalam laporan tahunan. Dibutuhkan kesadaran tinggi bagi perusahaan untuk menjalankan tanggungjawab ini dengan baik mengingat tidak ada aturan baku tentang bentuk aktivitas yang harus dilakukan. Sehingga dengan kata lain biaya dan manfaat terkait aktivitas CSR tidak bisa dipungkiri menjadi pertimbangan perusahaan.

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak sosial dan lingkungan yang secara langsung atau tidak disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Program CSR menjadi upaya menekan dampak negatif kepada lingkungan agar dapat bertindak sesuai ekspektasi masyarakat. Perusahaan yang banyak berfokus pada informasi keuangan kepada investor cenderung melupakan tanggung jawabnya kepada pemangku kepentingan lain atas dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan (Thompson dan Zakaria 2004).

Pelaksanaan aktivitas CSR sebenarnya telah dipertegas dalam pasal 2 dan 6 peraturan pemerintah nomor 47 tahun 2012 yang mana mewajibkan setiap perseroan yang menjadi subjek hukum melaksanakan aktivitas tanggungjawab sosial. Selanjutnya perusahaan dapat mengungkapkan aktivitas tersebut kedalam laporan tahunan perusahaan yang kemudian akan dipertanggungjawabkan didepan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Solihin (2009) membagi aktivitas CSR kedalam beberapa kategori yang dapat dipilih oleh perusahaan, diantaranya:

*a. Cause promotion*

Program yang disusun perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial. Program ini di susun untuk meningkatkan kepekaan dan partisipasi masyarakat menjadi sukarelawan dalam kegiatan sosial.

*b. Cause Related Marketing*

Program penyisihan sebagian keuntungan perusahaan untuk kegiatan sosial.

*c. Corporate social marketing*

Program yang di susun perusahaan untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku masyarakat berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan publik.

*d. Corporate philanthropy*

Bentuk kepedulian perusahaan dengan memberikan sumbangan secara langsung kepada pihak yang dianggap pantas menerima.

*e. Community Volunteering*

Bentuk kontribusi perusahaan dengan mendorong karyawan atau relasi bisnis terlibat dalam organisasi masyarakat.

*f. Socially Responsible Business practise*

Bentuk kepedulian perusahaan dengan memaksimalkan kemampuan bisnis dan investasinya untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

## 7. Pengungkapan CSR

Pengungkapan dapat didefinisikan sebagai penyajian informasi yang relevan untuk menunjang kegiatan operasional yang efisien. Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan dapat dibagi dalam dua bentuk yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Perbedaan keduanya terletak pada jenis dan kewajiban perusahaan dalam menyajikannya di laporan tahunan.

Pengungkapan wajib menjadi keharusan bagi perusahaan mengungkapkan informasi dalam laporan tahunan sesuai ketentuan pemerintah. Berbeda dengan pengungkapan sukarela yang memberikan kebebasan kepada perusahaan memilih *item-items* untuk diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR menjadi salah satu *item* yang termasuk dalam pengungkapan sukarela. Thompson dan Zakaria (2004) menjelaskan bahwa pengungkapan informasi terkait aktivitas CSR dapat menjadi bagian yang menyatu atau terpisah dari laporan tahunan.

Pengungkapan CSR dapat didefinisikan sebagai pemberian informasi baik keuangan maupun non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi, lingkungan, dan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan informasi ini semata-mata tidak hanya untuk meningkatkan citra namun sebagai upaya perusahaan menginformasikan sejauh mana dampak yang diterima masyarakat, pegawai, maupun lingkungan atas kegiatan sosial perusahaan. Zuhroh dan Putu (2003) dalam penelitiannya membuktikan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap volume perdagangan

saham perusahaan, yang artinya investor merespon baik atas informasi-informasi yang disajikan dalam laporan tahunan.

Pengungkapan CSR menjadi upaya perusahaan menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingan yang ikut menggunakan informasi keuangan. Di sisi lain, dengan mengungkapkan aktivitas CSR perusahaan mendapatkan beberapa keuntungan diantaranya membangun *brand image*, meningkatkan legitimasi masyarakat, menjalin hubungan baik dengan pemerintah, dan meningkatkan nilai perusahaan di mata calon investor. (Pradipta, 2015). Berkaitan dengan agresifitas pajak Jessica dan Toly (2014) berpendapat semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari perusahaan, semakin rendah tingkat agresifitas pajak. Hal ini sebagai wujud kesadaran perusahaan bahwa pajak yang dibayarkan sebagai bentuk kepeduliannya terhadap pembangunan ekonomi dan kepentingan masyarakat luas.

Sejauh ini belum ada ketentuan yang mengatur luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat dikatakan pengungkapan ini bersifat sukarela (*voluntary*). *Global Reporting Initiative* (GRI) mengkonsep *standart* pengungkapan perusahaan yang terbagi atas tiga kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Selanjutnya ketiganya terbagi lagi menjadi praktek tenaga kerja, hak asasi, tanggungjawab produk, dan masyarakat. Melalui komponen yang ada didalamnya perusahaan dapat memilih aktivitas CSR mana yang akan di untkapkan dalam laporan tahunan.

## 8. Struktur Kepemilikan

Kepemilikan suatu pihak atas sebuah perusahaan dapat dilihat dari pembelian saham yang dilakukannya. Melalui pembelian saham tersebut akan memberikan peluang pemilik ikut mengendalikan perusahaan. Dengan kata lain, semakin besar proporsi kepemilikan semakin besar pengendalian yang bisa dilakukan (Nugroho dan Marsono 2011). Proporsi kepemilikan saham perusahaan juga akan memberikan kesempatan kepada pemilik untuk mempengaruhi arah kebijakan perusahaan. Situasi ini dapat menimbulkan masalah apabila ada perbedaan kepentingan antar pemilik yang dapat mengakibatkan kesenjangan kepentingan.

Secara umum struktur kepemilikan dapat diklasifikasikan menjadi kepemilikan menyebar (*dispersed ownership*) dan kepemilikan terkonsentrasi (*closely held*). Berkaitan dengan *agency theory* struktur kepemilikan dapat terbagi atas kepemilikan institusional dan kepemilikan managerial. Struktur kepemilikan tersebut merupakan bagian dari mekanisme *corporate governance* yang digunakan untuk menekan kesenjangan kepentingan antar pemilik (Jensen and Meckling, 1976). Akan tetapi pemisahan fungsi antara management dan pemilik juga dapat berdampak negatif yang menimbulkan asimetri informasi antara keduanya. Asimetri informasi tersebut mengakibatkan salah satu pihak tidak memiliki informasi yang cukup untuk memonitoring kinerja management sehingga dapat memberikan peluang manager melakukan tindakan pajak agresif (Hadi dan Mangoting, 2015).

### **a. Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional merupakan komposisi kepemilikan saham dari pemilik institusi seperti perbankan, perusahaan asuransi, pemerintah, atau perusahaan investasi lain atas total saham beredar perusahaan (Wahyuningsih, 2009). Proporsi ini menjadi salah satu cara yang digunakan untuk menekan adanya konflik keagenan antara prinsipal dan agen. Pasalnya pemilik institusional merupakan simbol kekuasaan yang dapat saling mendukung namun sekaligus mengawasi kinerja manajerial (Putri dan Nashir, 2006).

Wahyudi dan Pawestri (2006) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional sebagai proporsi kepemilikan saham oleh pihak institusi dan *blockholders* di akhir tahun. Dalam hal ini institusi adalah perusahaan investasi, perbankan, atau lembaga yang berbentuk perusahaan. *Blockholders* adalah sebagai pemilik saham perorangan dengan persentase kepemilikan lebih dari 5% diluar kepemilikan manajerial.

Pemilik institusi memiliki peran sebagai monitoring kinerja manajerial termasuk dalam pengambilan kebijakan perusahaan (Meiza, 2015). Monitoring kinerja berkaitan dengan kedudukan pemegang saham sebagai prinsipal yang menginginkan peningkatan kesejahteraan atas pengelolaan modalnya. Semakin besar proporsi kepemilikan institusi berarti semakin besar pengaruhnya terhadap arah kebijakan perusahaan (Meiza, 2015). Keberadaan pemilik institusi akan meningkatkan pengawasan terhadap penggunaan sumber daya perusahaan lebih ketat

yang keefektifan penggunaannya akan terlihat melalui laporan keuangan dan informasi laba perusahaan setiap periodenya. Kepemilikan institusional memberikan kesempatan kepada pemilik untuk melakukan monitoring yang lebih efektif terhadap kinerja manajemen sehingga dapat mengurangi keputusan manajemen bertindak agresif terhadap pajak (Meiza, 2015).

Berkaitan dengan keputusan investasi pemilik institusional tidak hanya mempertimbangkan informasi keuangan perusahaan saja namun juga memperhatikan informasi aktivitas perusahaan untuk peningkatan kualitas hidup. Hal ini dikarenakan investor cenderung memilih investasi jangka panjang dibanding jangka pendek sehingga pemilik institusi akan mendorong perusahaan membuat kebijakan yang tidak hanya menguntungkan dalam jangka pendek namun juga aktivitas sosial jangka panjang (Anggono dan Handoko 2009).

#### **b. Kepemilikan Manajerial**

Perusahaan dipandang sebagai sekumpulan kontrak yang mengikat antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Konsekuensi dari kontrak tersebut adalah penunjukkan manajer sebagai agen yang mengelola dana atau modal pemegang saham. Penunjukkan ini seringkali menimbulkan sebuah gesekan kepentingan antara kedua pihak, akibat munculnya moral hazard dari manajer untuk mengutamakan kepentingan pribadinya dibanding pemegang saham.

Putri dan Nashir (2006) berpendapat pemilik saham dapat menekan benturan kepentingan tersebut dengan meningkatkan pemberian insentif yang layak kepada manajer dan menanggung biaya agensi untuk memaksimalkan pengawasan. Jensen dan Meckling (1976) berpendapat benturan kepentingan antara kedua pihak dapat ditekan dengan menempatkan manajer sejajar dengan pemegang saham. Melalui peningkatan struktur kepemilikan oleh pihak manajemen akan memperkecil peluang kepemilikan saham oleh pihak luar sehingga benturan kepentingan dapat diminimalisir (Jensen dan Meckling, 1976).

Perusahaan sebagai entitas yang memiliki tujuan meningkatkan kemakmuran pemiliknya dikelola oleh para profesional di berbagai lini manajerial. Pemegang saham sebagai pemilik perusahaan memiliki keterbatasan untuk secara langsung mengelola perusahaannya sehingga membutuhkan peran seorang manajer sebagai profesional yang dianggap mampu dan kompeten untuk mengelola. Imanta dan Satwiko (2011) berpendapat peran seorang manajer dalam perusahaan berfungsi sebagai seorang profesional yang akan mengelola modal dari para pemegang saham. Kondisi ini akan menimbulkan pemisahan tugas dan wewenang atas dasar kepemilikan.

Pemisahan kepemilikan dan pengendalian ini bisa menimbulkan masalah apabila manajer bertindak tidak atas dasar kepentingan pemegang saham dan justru atas dasar kepentingan pribadinya. Masalah karena kesenjangan kepentingan ini disebut konflik agensi. Sugarsi (2008)



berpendapat manager cenderung lebih konsumtif atas keuntungan yang diperoleh karena resiko yang ditimbulkan relatif sama. Konflik agensi dapat diminimalisir dengan meningkatkan proporsi kepemilikan manajerial.

Kepemilikan manajerial merupakan proporsi kepemilikan saham oleh pihak manajerial (manajer atau direksi) yang relatif terhadap total saham beredar (Sugeng, 2009). Oleh karena itu manajer akan lebih berhati-hati dalam bertindak karena peran ganda sebagai manajer dan pemegang saham akan membuatnya ikut menanggung akibat yang timbul dari setiap keputusan.

## **9. Komisaris Independen**

Berdasarkan peraturan otoritas jasa keuangan (POJK) nomor 33/POJK.04/2014 komisaris independen merupakan individu dari anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan dan telah memenuhi klasifikasi sebagai komisaris independen sesuai ketentuan OJK. Tiaras Wijaya (2015) menjelaskan komisaris independen diharuskan tidak memiliki saham perusahaan, tidak terafiliasi dalam hal apapun dengan pemegang saham, direksi, atau dewan komisaris, dan tidak menempati jabatan apapun dalam struktural perusahaan. Komisaris independen merupakan bagian dari dewan komisaris yang memiliki kedudukan setara satu sama lain.

Pohan (2009) menjelaskan proporsi komisaris independen setidaknya adalah sebesar 30% dari anggota komisaris dan proporsional

dengan jumlah saham dari pemegang saham yang tidak terhitung sebagai pengendali. Jumlah ini diharapkan mampu menjamin terlaksananya pengawasan terhadap keefektifan dan kepatuhan perusahaan pada undang-undang (Zarkasyi, 2008). Pemilihan komisaris independen harus mempertimbangkan pendapat dari pemegang saham minoritas yang disampaikan melalui komite nominasi dan remunerasi.

Komisaris independen menjadi bagian dari mekanisme tata kelola perusahaan yang dianggap penting untuk menekan konflik keagenan antara agen dan prinsipal (Restuningdiah, 2015). Selain itu keberadaan komisaris independen dapat menjadi kontrol atas kinerja manajerial agar lebih efektif (Tiaras dan Wijaya, 2015). Kapasitas komisaris independen dalam hal ini adalah sebagai penyeimbang dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk melindungi kepentingan pemegang saham minoritas (Meiza, 2015). Untuk itu komisaris independen haruslah orang yang memahami peraturan pada pasar modal dan memiliki kompetensi dalam akuntansi atau keuangan. Meski begitu komisaris independen tidak berhak untuk ikut dalam pengambilan kebijakan perusahaan.

Adapun kriteria yang harus dimiliki seorang komisaris independen adalah:

- a. Komisaris independen bukan orang yang tergabung dengan manajemen perusahaan.

- b. Komisaris independen tidak bertindak sebagai pemegang saham mayoritas maupun memiliki hubungan baik secara langsung atau tidak langsung dengan pemegang saham.
- c. Komisaris independen tidak sedang bekerja sebagai eksekutif perusahaan atau perusahaan lain dalam satu kelompok bisnis di kurun waktu tiga tahun terakhir.
- d. Komisaris independen bukan pemasok atau pelanggan yang signifikan dan berpengaruh pada perusahaan atau perusahaan lain dalam satu kelompok. Komisaris independen juga tidak berafiliasi dengan pemasok manapun yang berhubungan dengan perusahaan.

#### **10. Komite Audit**

Secara umum komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk ikut mengawasi kegiatan pelaporan keuangan dan pelaksanaan audit baik internal ataupun eksternal perusahaan (Utama, 2004). Sesuai lampiran keputusan ketua BAPEPAM-LK Nomor Kep-643/BL/2012 jumlah komite audit dalam sebuah perusahaan setidaknya sebanyak tiga orang dengan ketentuan satu diantaranya adalah komisaris independen yang merangkap sebagai ketua komite audit dan sisanya diserahkan kepada individu yang dianggap berkompeten dalam hal pelaporan keuangan. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 33/POJK.04/2014 menegaskan pemberian keleluasaan kepada anggota dewan komisaris untuk dapat menjadi anggota pada lima komite yang berbeda termasuk komite audit

dalam satu perusahaan. Peraturan tersebut menegaskan bahwa komite audit merupakan bagian dari dewan komisaris.

Dalam melaksanakan tugasnya komite audit bertanggungjawab kepada dewan komisaris. Adapun peran dan tanggung jawab komite audit dalam pedoman komite audit yang disusun oleh komite nasional *good corporate governance* berkaitan dengan tata kelola perusahaan adalah untuk memastikan dan mengawasi kepatuhan perusahaan terhadap peraturan undang-undang yang berlaku dan mempertahankan kontrol terhadap benturan kepentingan. Utami dan Setyawan (2015) menjelaskan komite audit berperan untuk mengontrol penyusunan laporan keuangan dan menghindarkan perusahaan dari kecurangan manajemen.

Keberadaan komite audit dapat mempengaruhi kebijakan perpajakan perusahaan. Pohan (2009) menyebutkan apabila perusahaan tidak patuh terhadap peraturan BEI tentang jumlah minimal komite audit akan memberikan peluang lebih kepada manajerial untuk melakukan tindakan pajak agresif. Hal ini disebabkan pada sebagian besar perusahaan peran dan tugas komite audit akan lebih optimal jika dilakukan oleh tiga sampai lima orang anggota.

Selain memiliki tugas pokok untuk melakukan pemeriksaan dan pengawasan tentang proses pelaporan keuangan dan kontrol internal, komite audit juga memiliki tugas:

- a. Memperbaiki mutu laporan keuangan dengan mengawasi laporan keuangan atas nama dewan komisaris.

- b. Menciptakan disiplin dan kontrol internal perusahaan untuk menghindari penyelewengan.
- c. Memperkuat internal auditor dengan memperkuat independensi dari manajemen.

## **B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **1. Hubungan Antara Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Agresifitas Pajak**

Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak yang tergolong dalam wajib pajak Badan. Sebagai wajib pajak perusahaan memiliki kewajiban membayar pajak secara rutin kepada negara yang akan dikelola untuk kepentingan masyarakat luas. Bagi perusahaan yang telah mendapatkan legitimasi dan menyadari tanggungjawabnya akan melakukan pembayaran pajak secara sukarela. Hal ini disebabkan manfaat yang telah diterima perusahaan dari masyarakat dalam bentuk penyediaan barang publik yang berimbas pada peningkatan laba perusahaan (Ratmono dan Sagala 2016).

Di sisi lain pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan menjadi salah satu cara untuk membangun reputasi dan citra baik dimata masyarakat. Pengungkapan ini merupakan implementasi teori legitimasi yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan bahwa aktivitas perusahaan telah sesuai dengan nilai sosial yang berkembang dimasyarakat. Untuk mempertahankan *image* baik tersebut perusahaan akan terus berupaya mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan tahunannya dan tidak melakukan tindakan yang bertentangan dengan nilai di masyarakat salah satu

agresifitas pajak. Jessica dan Toly (2014) menjelaskan semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan agresifitas pajak yang ditunjukkan oleh nilai *Effective Tax Rate* (ETR).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Jessica dan Toly (2015) dan Wahyudi (2006) membuktikan bila pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresifitas pajak. Jessica dan Toly (2015) berpendapat pengungkapan CSR tidak mempengaruhi perusahaan melakukan tindakan pajak agresif. Pengungkapan CSR merupakan sarana komunikasi perusahaan kepada pemangku kepentingan tentang aktivitas CSR, aktivitas inilah yang justru harus mendapat dukungan pemerintah demi meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Lanis dan Richardson (2012), Pradipta (2015), dan Ratmono dan Sagala (2016) membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, semakin rendah agresifitas pajak. Ratmono dan Sagala (2016) membuktikan tingkat pengungkapan CSR berpengaruh positif dengan nilai ETR, artinya nilai ETR yang semakin besar menunjukkan rendahnya tingkat agresifitas pajak

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hipotesis pertama sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresifitas pajak perusahaan.**

## **2. Hubungan Kepemilikan Institusional dan Agresifitas Pajak**

Putri dan Nashir (2006) menjelaskan kepemilikan institusional merupakan salah satu cara untuk mengatasi masalah keagenan antara prinsipal dan agen. Pengawasan yang diberikan oleh pemilik institusi terhadap kinerja manajerial akan menekan sikap *opportunistic* manager yang dapat merugikan investor. Semakin besar proporsi kepemilikan saham institusional maka semakin besar hak suara yang di miliki pemilik institusi untuk ikut menentukan arah kebijakan perusahaan (Meiza, 2015).

Pada dasarnya pemilik saham institusional memilih untuk melakukan investasi dalam jangka panjang. Keputusan ini berimbas pada tuntutan kepada perusahaan untuk menjaga reputasi dan terus meningkatkan nilai dimata masyarakat. Di sisi lain, pemilik saham institusional juga enggan menanggung kerugian akibat sanksi yang dijatuhkan kepada perusahaan akibat keputusannya melakukan pajak agresif. Oleh karena itu, semakin besar proporsi kepemilikan saham institusi akan lebih mudah mempengaruhi kebijakan perusahaan termasuk keputusan perpajakan.

Penelitian Handayani (2015) membuktikan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Tidak berpengaruhnya kepemilikan saham institusional ini dapat disebabkan karena pemilik institusi memiliki insentif untuk memastikan perusahaan dapat membuat keputusan yang menyejahterakan pemegang saham (Maharani dan Suardana, 2014). Jaya (2012) berpendapat perusahaan lebih berfokus pada faktor besarnya

pajak yang harus dibayar dengan melakukan tindakan pajak agresif daripada faktor besarnya kepemilikan saham institusional.

Namun penelitian Puspita dan Harto (2014) membuktikan bahwa sebaliknya yang mana proporsi kepemilikan saham terbesar berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Hal ini disebabkan sebagian besar kepemilikan saham perusahaan berasal dari perusahaan lain di dalam negeri sehingga cenderung tidak ingin mempertaruhkan reputasinya (Puspita dan Harto 2014). Hasil serupa ditunjukkan oleh Cahyono,dkk. (2016) kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Artinya, semakin besar proporsi kepemilikan saham institusional semakin rendah upaya perusahaan melakukan agresifitas pajak. *Tax avoidance* atau penghindaran pajak dapat menggambarkan upaya perusahaan memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan sebagai upaya meminimalisir pajak terhutang.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hipotesis kedua sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap agresifitas pajak perusahaan.**

### **3. Hubungan Antara Kepemilikan Manajerial dan Agresifitas Pajak**

Kepemilikan manajerial merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki pihak manajemen perusahaan (direksi atau manajer) terhadap total saham perusahaan. Menurut Jensen dan Meckling (1976) semakin besar



tingkat kepemilikan saham perusahaan oleh pihak *insiders* (manajerial) dibandingkan dengan kepemilikan *outsiders* dapat menekan masalah keagenan yang timbul akibat kesenjangan kepentingan keduanya. Kepemilikan saham manajerial akan menempatkan manajer sejajar dengan pemegang saham yang diharapkan berpengaruh positif terhadap kinerjanya.

Pensejajaran tersebut akan membuat manajer lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan. Hal ini disebabkan manajer sebagai pemegang saham akan ikut menanggung konsekuensi atas keputusan yang diambil termasuk dalam kebijakan pajak perusahaan. Dengan kata lain, proporsi kepemilikan saham manajerial (manajer dan direksi) akan mengurangi sikap *opportunistic* manager yang akan merugikan investor lain.

Akan tetapi persentase kepemilikan saham manajerial pada perusahaan di Indonesia masih tergolong kecil. Besarnya tidak lebih dari 5% yang menyebabkan pemilik manajerial tidak memiliki kewenangan lebih untuk mengarahkan keputusan perusahaan agar tidak melakukan tindakan agresifitas pajak (Hadi dan Mangoting, 2015). Penelitian Hadi dan Mangoting (2015) membuktikan bila kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap agresifitas pajak.

Hasil penelitian berbeda dibuktikan oleh Pohan (2009), Pramudito dan Ratna (2015) membuktikan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Hasil penelitian tersebut berarti semakin tinggi proporsi kepemilikan manajerial semakin rendah agresifitas pajak hal ini

disebabkan semakin kecil upaya penghindaran pajak perusahaan semakin perusahaan tidak agresif terhadap pajak.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hipotesis ketiga sebagai berikut:

**H<sub>3</sub> : Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap agresifitas pajak perusahaan.**

#### **4. Hubungan Komisaris Independen pada Hubungan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresifitas Pajak**

Komisaris independen merupakan individu yang berasal dari luar perusahaan dan tidak memiliki keterkaitan baik secara langsung atau tidak terhadap kepemilikan saham perusahaan. Komisaris independen merupakan bagian dari dewan komisaris yang penting dalam mekanisme *corporate governance* sebagai upaya menciptakan tata kelola perusahaan yang baik. Dalam pedoman *good corporate governance* tahun 2006 disebutkan bahwa jumlah komisaris independen harus menjamin mekanisme pengawasan terhadap keefektifan perusahaan untuk berjalan sesuai peraturan undang-undang yang berlaku.

Komisaris independen dapat digunakan untuk memperkuat hubungan kepemilikan manajerial terhadap agresifitas pajak. Hal ini tercermin dari fungsi komisaris independen sebagai pengawas dan penasihat direksi dalam upaya perbaikan tata kelola perusahaan dan pencegahan pelanggaran undang-undang yang dapat merugikan pemangku kepentingan lainnya. Jensen dan

Meckling (1976) menjelaskan bahwa *agency theory* menilai kebutuhan atas keberadaan komisaris independen pada dewan komisaris untuk melakukan kontrol terhadap tindakan *opportunistic* manajerial.

Penelitian Utami dan Setyawan (2015) tentang agresifitas pajak menggunakan variabel *corporate governance* sebagai variabel moderasi yang diproksikan dengan komisaris independen dan komite audit. Utami dan Setyawan (2015) berpendapat keberadaan komisaris independen dalam struktur komisaris independen dapat membantu mengawasi kinerja manajerial. Keberadaan komisaris independen mewakili pemilik saham minoritas untuk memastikan perusahaan tidak melakukan tindakan yang merugikan pemegang saham. Utami dan Setyawan (2015) berpendapat pengawasan yang baik dan ketat akan mengurangi tindakan agresifitas pajak perusahaan.

Penelitian tersebut menggunakan teori keagenan yang menyebutkan semakin besar proporsi komisaris independen dalam struktur dewan komisaris akan semakin baik peran dan fungsi yang dapat dilakukan dalam pengawasan kinerja direksi. Hasil penelitian Desai dan Dharmapala (2006) terkait tata kelola perusahaan membuktikan bila *corporate governance* dapat mempengaruhi suatu determinan terhadap agresifitas pajak.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hipotesis keempat sebagai berikut:

**H<sub>4</sub> : Komisaris independen memperkuat hubungan negatif antara kepemilikan manajerial terhadap agresifitas pajak.**

## **5. Hubungan Komite Audit pada Hubungan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresifitas Pajak.**

Utami dan Setyawan (2015) menjelaskan komite audit merupakan komite penunjang dewan komisaris yang memiliki tugas utama untuk mengawasi penyusunan laporan keuangan dan melakukan kontrol terhadap internal perusahaan untuk menghindarkan dari kecurangan manajerial. Terkait dengan peran dan tanggungjawabnya dalam mekanisme *corporate governance* keberadaan komite audit memastikan perusahaan patuh pada peraturan undang-undang yang berlaku dan mempertahankan kontrol terhadap internal perusahaan untuk meminimalisir benturan kepentingan.

Keberadaan komite audit diharapkan dapat memperkuat hubungan negatif antara kepemilikan manajerial terhadap agresifitas pajak. melalui kepemilikan manajerial berarti memberikan kuasa lebih kepada manajer atau direksi untuk berperan ganda, sebagai pemegang saham sekaligus pengelola perusahaan. terkait tugas dan fungsinya komite audit erat kaitannya dengan pengawasan penyusunan laporan keuangan perusahaan.

Laporan keuangan merupakan gambaran pencapaian kinerja perusahaan pada tahun berjalan. Pencapaian tersebut terkait tujuan utama perusahaan yang dilihat dari besarnya laba pada periode laporan. Pada dasarnya penyusunan laporan keuangan menjadi tanggungjawab penuh manajemen sebagai pihak yang memiliki seluruh informasi tentang perusahaan. Kondisi tersebut memberikan peluang lebih besar bagi manajemen untuk melakukan

agresifitas pajak dengan beberapa cara diantaranya memperbesar biaya atau menyembunyikan pendapatan perusahaan. Cara tersebut akan mengakibatkan laba perusahaan menjadi lebih kecil, sehingga berpengaruh pada besarnya jumlah pajak yang harus dibayar. Tindakan semacam itu telah mengindikasikan bila perusahaan melakukan tindakan pajak agresif.

Penelitian Utami dan Setyawan (2015) tentang agresifitas pajak menggunakan variabel *corporate governance* yang diproksikan salah satunya dengan komite audit sebagai variabel moderasi. Utami dan Setyawan (2015) berpendapat keberadaan komite audit berfungsi untuk mengontrol proses penyusunan laporan keuangan untuk menghindari kecurangan yang dilakukan pihak manajerial. Melalui pengawasan yang baik oleh komite audit dapat mendukung tercapainya tata kelola perusahaan yang baik. Hasil penelitian Desai dan Dharmapala (2006) terkait tata kelola perusahaan membuktikan bila kualitas tata kelola perusahaan dapat mempengaruhi suatu determinan terhadap agresifitas pajak.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan hipotesis kelima sebagai berikut:

**H<sub>5</sub> : Komite audit memperkuat hubungan negatif antara kepemilikan manajerial terhadap agresifitas pajak.**