

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Agency Theory*

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. *Agency theory* mengasumsikan bahwa setiap manusia memiliki sifat egois yaitu mementingkan kepentingan diri sendiri. Pemegang saham akan fokus pada peningkatan nilai sahamnya sedangkan manajer fokus pada pemenuhan kepentingan pribadi yaitu memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya. Adanya benturan kepentingan antara keduanya inilah yang memicu munculnya *agency theory*.

2. Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Gray *et al*, 1996). Hal ini mengindikasikan bahwa teori tersebut menjelaskan adanya kontrak sosial perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. (Wilmshurts dan Frost 2000; Patten 1992; Guthrie dan Parker 1989; Tinker dan Neimark 1987; Hogner

1982) dalam Chariri (2008). Perusahaan dalam menjalankan kontrak sosial lingkungan perusahaan juga harus memperhatikan norma-norma yang ada di lingkungan masyarakat agar selaras dengan nilai-nilai sosial yang ada. Menurut Suaryana (2011) bahwa norma perusahaan selalu berubah mengikuti perkembangan sehingga terjadi perubahan dari waktu ke waktu.

3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Pengertian yang sama disampaikan oleh Husnan (2001) bahwa Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Sedangkan Menurut Michelle & Megawati (2005) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen

perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Hal ini sesuai dengan pernyataan Shapiro (1991:731) *“Profitability ratios measure managements objectiveness as indicated by return on sales, assets and owners equity.”*

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Seperti diungkapkan oleh Giulio Battazzi, Angelo Secchi, and Federico Tamagni (July 2008) dalam jurnalnya yang berjudul *“Productivity, Profitability, and Financial Performance”* menyatakan bahwa *A comparative analysis of two crucial dimensions of firms performance: profitability and productivity, and find independently from the particular sector of activity and from financial conditions, there seems to be weak market pressure and little behavioral inclination for the more efficient and more profitable firms to grow faster.*

Profitabilitas keuangan perusahaan tercermin dari laporan keuangannya, oleh sebab itu untuk mengukur profitabilitas keuangan perusahaan diperlukan analisis terhadap laporan keuangannya.

Menurut pendapat Shapiro (1991) yang menunjukkan bahwa profitabilitas sangat cocok untuk mengukur efektivitas manajemen dan pengevaluasian kinerja manajemen dalam menjalankan bisnis dan produktivitasnya dalam mengelola aset-aset perusahaan secara keseluruhan seperti yang nampak pada pengembalian yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi, serta untuk mengevaluasi kinerja ekonomi dari bisnis. Secara umum profitabilitas merupakan pengukuran dari keseluruhan produktivitas dan kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan menunjukkan efisiensi dan produktivitas perusahaan tersebut.

Dwi Prastowo (2008) menyatakan bahwa informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan, sehingga dapat memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas) serta untuk merumuskan efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu;

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modalpinjaman maupun modal sendiri;
- f. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modalsendiri;

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk;

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode.

Penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Jelasnya, semakin lengkap jenis rasio yang digunakan semakin sempurna hasil yang akan dicapai. Artinya pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

Dalam prakteknya, menurut Kasmir (2008 : 199) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

- a. *Profit margin (profit margin on sales)*
- b. *Return on Assets (ROA)*
- c. *Return on equity (ROE)*
- d. *Laba per lembar saham.*

a. *Profit Margin on Sales*

Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara

pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini dikenal juga dengan nama profit margin.

Terdapat dua rumusan untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut;

- 1) Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga pokok penjualan}}{\text{Sales}}$$

(profit margin on sales)

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relative terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

- 2) Untuk margin laba bersih dengan rumus :

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

(profit margin on sales)

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antaralaba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan penjualan.

b. Hasil Pengembalian Assets (*Return on Assets*)

Return on Assets mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. Menurut Dwi Prastowo (2008) rasio ini mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Demikian juga menurut Robert C. Fink dan Ann Harrison (1999:72), menyebutkan bahwa : “*ROA as the same income a company generates during normal operation dividend by its total assets. This calculation determines how well a company is using its assets to generate income.*”

Ukuran yang sering digunakan untuk menghitung *Return on Assets* (ROA) adalah :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

c. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity/ROE*)

Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur lalu bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *Return on Equity (ROE)* dapat digunakan sebagai berikut:

Earning After Interest and Tax

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

Menurut Helfert (2000), *Return on Equity (ROE)* menjadi pusat perhatian para pemegang saham (stakeholders) karena berkaitan dengan modal saham yang diinvestasikan untuk dikelola oleh manajemen. ROE memiliki arti penting untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dalam memenuhi harapan pemegang saham.

d. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas.

Rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

4. *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan suatu keharusan dalam rangka membangun kondisi perusahaan yang tangguh dan *sustainable*. Ia diperlukan untuk menciptakan sistem dan struktur perusahaan yang kuat sehingga mampu menjadi perusahaan kelas dunia.

Good Corporate Governance pada dasarnya merupakan suatu sistem (input, Proses, output) dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang kepentingan (*stakeholders*) terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan. *Good Corporate Governance* dimasukkan untuk mengatur hubungan-hubungan ini dan mencegah terjadinya kesalaha-kesalahan signifikan dalam strategi perusahaan dan untuk memastikan bahwa kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat di perbaiki dengan segera. Penertian ini dikutip dari buku *Good Corporate Governance* pada badan usaha manufaktur, perbankan dan jasa keuangan lainnya (2008:36).

Perlu adanya prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) di dalam Perusahaan yang dikelola, agar dapat menghasilkan kinerja yang

baik antara pemegang saham, dewan komisaris, dan dewan direksi dalam membuat keputusan dan menjalankannya sesuai dengan nilai moral yang telah ditetapkan demi tercapainya tujuan dari perusahaan tersebut.

Secara umum terdapat lima prinsip dasar dari *good corporate governance* yaitu:

- a. *Transparency* (keterbukaan informasi), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
- b. *Accountability* (akuntabilitas), yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
- c. *Responsibility* (pertanggungjawaban), yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku.
- d. *Independency* (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlakudan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
- e. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan

yang berlaku. Esensi dari *corporate governance* adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturanyang berlaku.

Prinsip-prinsip GCG tersebut yang nantinya akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Menurut *The Indonesian Institute For Corporate Governance* (IICG) (2012), manfaat dari pelaksanaan GCG adalah, menjaga *sustainability* perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan pasar, mengurangi *agency cost* dan *cost of capital*, meningkatkan kinerja, efisiensi dan pelayanan kepada *stakeholders*, melindungi organ dari intervensi politik dan tuntutan hukum, dan membantu terwujudnya *good corporate citizen*.

Manfaat penerapan GCG ini tidak akan didapat oleh perusahaan tanpa terlaksananya prinsip-prinsip dalam GCG tersebut. Namun prinsip-prinsip GCG tersebut juga tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya organ perusahaan sebagai pelaksana kegiatan dalam perusahaan. Organ perusahaan tersebut yang nantinya akan melaksanakan tugas dan fungsinya sehingga bisa mencapai tujuan bersama perusahaan.

Menurut Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) (2006), organ perusahaan terdiri dari :

- a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Penyelenggaraan RUPS merupakan tanggung jawab Direksi. Untuk itu, Direksi

harus mempersiapkan dan menyelenggarakan RUPS dengan baik dan dengan berpedoman pada butir 1 dan 2 diatas. Dalam hal Direksi berhalangan, maka penyelenggaraan RUPS dilakukan oleh Dewan Komisaris atau pemegang saham sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan anggaran dasar perusahaan.

- b. Dewan Komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG. Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, dewan komisaris dapat membentuk suatu komite. Adapun komite penunjang dewan komisaris yaitu komite audit, komite Nominasi dan Remunerasi, Komite Kebijakan Risiko, dan Komite Kebijakan *Corporate Governance*.
- c. Dewan Direksi sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif dalam mengelola perusahaan.

5. *Corporate Social Responsibility*

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, sederhananya bahwa setiap bentuk perusahaan mempunyai tanggungjawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program sosial, yang ditekankan adalah program pendidikan dan

lingkungan. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Definisi CSR menurut World Business Council on Sustainable Development adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang kini menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini, tidak sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya.

Penerapan kegiatan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat dipenuhi secara

proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan diluar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang. Kegiatan CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan tersebut.

Kegiatan CSR diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 Pasal 74 Tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pasal 15 huruf (b) UU No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal turut mendukung kewajiban dalam kegiatan CSR, yang berbunyi “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Undang-Undang yang mewajibkan kepada setiap pelaku usaha untuk melakukan pengelolaan perusahaan berhubungan dengan lingkungan dan sosial mereka guna keberlangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dapat mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan, membuka peluang besar, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, dan berpeluang mendapatkan penghargaan (Adawiyah, 2013).

6. Tindakan pajak agresif

Perusahaan menganggap pajak sebagai sebuah tambahan beban biayayang dapat mengurangi keuntungan perusahaan, oleh karena itu perusahaan diprediksi melakukan tindakan yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Tindakan pajak agresif merupakan suatu tindakan perusahaan untuk mengurangi beban pajak pada perusahaan dengan berbagai cara dapat secara legal, maupun dengan melanggar hukum. Hal tersebut dalam menimbulkan keuntungan bahkan kerugian pada perusahaan.

Keuntungan yang diperoleh berupa penghematan pajak sehingga jumlah kas yang dinikmati pemilik/pemegang saham dalam perusahaan menjadi lebih besar, manajer mendapatkan kompensasi dari pemilik/pemegang saham perusahaan dan manajer juga mempunyai kesempatan untuk melakukan *rent extraction* (Chen et al., 2010 dalam Hidayanti, 2013). Kerugian yang ditanggung yaitu kemungkinan perusahaan mendapatkan sanksi/ penalti dari fiskus pajak, dan turunnya

harga saham perusahaan (Sari dan Martani, 2010 dalam Hidayanti, 2013), rusaknya reputasi perusahaan akibat audit dari fiskus pajak, penurunan harga saham dikarenakan pemegang saham lainnya mengetahui tindakan pajak agresif yang dijalankan manajer dilakukan dalam rangka *rent extraction* (Desai dan Dharmapala, 2006 dalam Hidayanti, 2013).

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 meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak.

B. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Tindakan Pajak Agresif

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Munawir, 2004).Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam

mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam 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).

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi profitabilitas. Dalam Hanafi dan Halim (2007 : 180) disebutkan bahwa ROA memperhitungkan kemampuan perusahaan menghasilkan suatu laba terlepas dari pendanaan yang dipakai. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan perusahaan dalam suatu periode. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Kenaikan ROA akan mengakibatkan kenaikan ETR, sehingga ROA memiliki hubungan yang positif dengan ETR. Yang artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka tingkat agresifitas pajaknya rendah . Dari penjelasan tersebut maka hipotesa yang dibangun adalah :

H_1 : ROA berpengaruh positif terhadap tindakan pajak agresif

2. Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Tindakan Pajak Agresif

Good corporate governance (GCG) menurut Komite Nasional Kebijakan (KNKG) adalah salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar. Prinsip corporate governance di Indonesia dengan KepMen BUMN No. Kep-117/M-MBU/2002 tentang penerapan praktik good corporate pada BUMN pada Bab II pasal 3 meliputi Lima prinsip yaitu: Transparansi, Kemandirian, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kewajaran.

Good corporate governance secara definisi merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) untuk semua stockholder (Desai dan Dharmapala, 2007). Corporate governance didefinisikan sebagai efektivitas mekanisme yang bertujuan meminimumkan konflik keagenan, dengan penekanan khusus pada mekanisme legal yang mencegah dilakukannya ekspropriasi atas pemegang saham minoritas (Kurniasih & Sari, 2013).

a. Jumlah dewan komisaris terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

Corporate governance yang baik akan meningkatkan manajemen pajak perusahaan (Minnick dan Noga, 2010). Dewan komisaris sebagai bagian dari corporate governance ikut menentukan bagaimana manajemen pajak perusahaan akan berjalan. Corporate governance yang baik seharusnya terdiri dari dewan komisaris yang berkualitas. Dewan komisaris yang baik

harus memiliki pengetahuan tentang hukum-hukum perpajakan yang berlaku sehingga mampu menekan tingkat pajak perusahaan namun tidak melanggar hukum perpajakan itu sendiri. Perusahaan yang memiliki lebih banyak dewan komisaris lebih memiliki kesempatan menekan tingkat pajak dibandingkan perusahaan dengan perusahaan yang memiliki dewan komisaris yang lebih sedikit.

Dalam pedoman *good corporate governance* tahun 2006 dijelaskan bila dewan komisaris bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi. Dewan komisaris dianggap sebagai inti dari Corporate Governance yang ditugaskan dalam perusahaan untuk menjamin terlaksananya strategi yang diterapkan (Meilinda, 2013). Fungsi pengawasan dewan komisaris mencakup pemberian nasihat ketika dewan direksi atau eksekutif mengambil keputusan. Dewan komisaris dapat memberikan nasihat ketika direksi akan melakukan investasi. Dewan komisaris dapat menghindari pajak ketika memberikan nasihat kepada direksi atau eksekutif saat mengambil keputusan investasi. Dewan komisaris dapat memberikan nasihat untuk mengambil investasi di atas 25% untuk menghindari pajak ketika deviden dibagikan. Pasal 4 ayat 3 (f) undang-undang nomor 36 tahun 2008 menyebutkan:

“dividen atau bagian laba yang diterima atau diperoleh perseroan terbatas sebagai wajib pajak dalam negeri, koperasi badan usaha milik Negara, atau badan usaha milik daerah, dari penyertaan modal pada badan usaha yang didirikan dan bertempat kedudukan di Indonesia dengan syarat:

- a. Dividen berasal dari cadangan laba yang ditahan
- b. Bagi perseroan terbatas, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah yang menerima dividen, kepemilikan saham pada badan yang memberikan dividen paling rendah 25% (dua puluh lima persen dari jumlah modal yang disetor.”

Dewan komisaris juga dapat menghindari pajak ketika memberi nasihat saat direksi akan mengambil keputusan untuk menerbitkan saham. Dewan komisaris dapat melakukan pengawasan dengan memberi nasihat agar direksi menerbitkan saham minimal 40% untuk mendapatkan fasilitas pengurangan sebesar 5%. Pasal 17 ayat 2(b) menyebutkan: “wajib pajak badan dalam negeri yang berbentuk perseroan terbuka yang paling sedikit 40% (empat puluh persen) dari 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.”Dengan adanya jumlah dewan komisaris yang semakin banyak, maka dalam setiap fungsi pengawasan dalam perusahaan akan semakin tinggi sehingga semakin menekan tarif pajak efektif perusahaan atau meningkatkan penghindaran pajak perusahaan. Berdasarkan latar pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H₂ : Jumlah dewan komisaris berpengaruh positif terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

b. Jumlah komite audit terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

Komite audit bertugas melakukan kontrol dan pengawasan terhadap proses penyusunan laporan keuangan perusahaan untuk menghindari kecurangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Komite audit berfungsi memberikan pandangan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi dan pengendalian internal perusahaan (Hanum & Zulaikha, 2013).Berjalannya fungsi komite audit secara efektif memungkinkan pengendalian pada perusahaan dan laporan keuangan yang lebih baik serta mendukung good corporate governance (Andriyani, 2008).Jika dikaitkan antara perilaku manajemen dalam menyusun laporan keuangan dengan pajak, perusahaan akan cenderung melakukan penekanan terhadap pajak

terhutang yang harus mereka bayar. Menurut peraturan yang dikeluarkan oleh BAPEPAM yaitu komite audit minimal berjumlah 3 orang (dengan diketuai oleh seorang dewan komisaris independen yang menjabat sebagai ketua komite audit). Maka dari itu, ukuran komite audit diharapkan mampu untuk meminimalisir adanya tindakan pajak agresif perusahaan.

H₃ : Jumlah komite audit berpengaruh positif terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

c. Jumlah dewan direksi terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

Tugas dari dewan direksi yaitu mengelola manajemen perusahaan agar efektivitas serta efisiensi perusahaan menjadi lebih baik. Dan bertanggungjawab menyusun laporan tahunan yang memuat laporan keuangan, laporan kegiatan perusahaan dan laporan pelaksanaan GCG (KNKG, 2006). Hal ini berarti dewan direksi juga pasti memperhatikan kelima prinsip-prinsip GCG dalam bertugas mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Perusahaan dan pemerintah mengalami benturan kepentingan. Perusahaan mempunyai kepentingan menaikkan laba yaitu sebagai acuan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, sedangkan pemerintah melihat kenaikan laba sebagai objek pajak yang akan ditagihkan. Keberadaan dewan direksi diharapkan mampu mengurangi benturan kepentingan tersebut. Suranta dan

Mahfoedz (2003) dalam Sam'ani (2008) menyatakan bahwa ukuran dan jumlah dewan direksi sesuai dengan prinsip-prinsip GCG.

Oleh karena itu diharapkan mampu mengurangi permasalahan dalam teori keagenan serta mampu membatasi *controlling owner* untuk mengeksploitasi kepentingan *noncontrolling owner*. Dari penjelasan tersebut dapat dibangun hipotesa sebagai berikut :

H₄: Jumlah dewan direksi berpengaruh positif terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Tindakan Pajak Agresif

Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula reputasi perusahaan di mata masyarakat. Jika dikaitkan dengan pajak, reputasi baik juga akan diperoleh dari hal pembayaran pajak perusahaan kepada negara. Salah satu bentuk kewajiban perusahaan adalah membayar pajak. Dengan membayar pajak, perusahaan turut serta berkontribusi dalam melakukan pembangunan nasional guna mensejahterakan kehidupan masyarakat. Hal tersebut serupa dengan pendapat Yoehana (2013) menyatakan bahwa dari perspektif masyarakat, pajak dapat dipandang sebagai deviden yang dibayar oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai imbalan telah menggunakan sumber daya yang

tersedia. Apabila perusahaan menghindari pembayaran pajak yang seharusnya, maka perusahaan dapat dikenakan sanksi atau hukuman.

Pembayaran pajak merupakan salah satu bentuk penerapan teori legitimasi untuk mendapatkan simpati masyarakat. Selain itu, untuk menumbuhkan *images* positif bahwa perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosialnya dengan baik. Rohmati (2013), dalam penelitiannya membuktikan bahwa perusahaan yang sadar sosial (*high level* CSR) cenderung kurang agresif dibandingkan dengan perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial (*low level* CSR) dalam kebijakan penghindaran pajaknya. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa dengan demikian sebuah perusahaan yang terlibat dalam kebijakan agresif pajak secara sosial tidak bertanggung jawab. Keputusan perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan berkeinginan untuk mengurangi kewajibannya secara sah dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR, sebagai tambahan pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar. Harari, et.al. (2012) mengatakan bahwa mengingat pentingnya kebijakan pajak untuk kehidupan sosial tampaknya masuk akal untuk tidak menyertakan praktik perencanaan agresif pajak ke dalam unsur tanggung jawab sosial perusahaan.

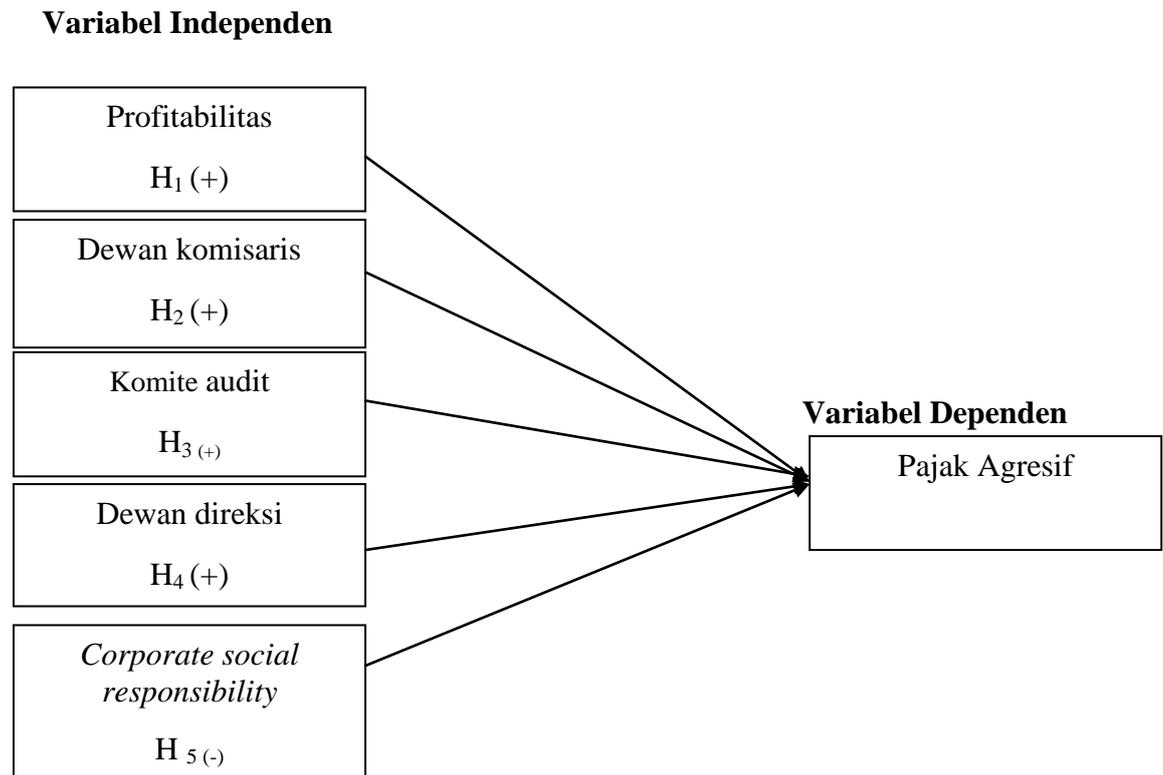
William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sulit untuk membedakan antara CSR yang dilakukan dengan motif altruistik dengan CSR yang dilakukan dengan tujuan untuk menguntungkan reputasi perusahaan. Sebaliknya, banyak aksi perusahaan

yang dilakukan dengan motif ganda. Oleh karena itu penting dalam mempertimbangkan bagaimana CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak tanpa membuat setiap upaya untuk membedakan antara tindakan yang diambil karena perusahaan benar-benar ingin bertanggung jawab maupun tindakan yang diambil karena tujuan tertentu.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Hal ini 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.

H₅ : *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

C. Model Penelitian



Gambar 1

Model Penelitian Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Tindakan Pajak Agresif