

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi

Kunci dalam suatu usaha adalah adanya penjual (perusahaan) dan pembeli (konsumen). Perusahaan sebagai pihak yang ingin memasarkan produk/jasanya, berusaha selincih mungkin untuk menarik minat pembeli. Sebagus apapun produk/jasa, jika tidak diminati konsumen maka akan sia-sia dan menimbulkan kerugian, sehingga perusahaan menyadari bahwa kelangsungan usahanya tergantung pada pembeli (masyarakat) dan lingkungan tempat beroperasi. Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang didasarkan pada fenomena kontak sosial sebuah organisasi dengan masyarakat, dimana tujuan suatu organisasi harus selaras dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat (*goal congruence*).

Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi tercipta karena adanya kontrak sosial antara masyarakat dengan perusahaan yang melaksanakan kegiatan operasinya menggunakan sumber daya ekonomi, sehingga perlu diatur mengenai hak dan kewajiban masing-masing. Kontrak sosial antara kedua belah pihak akan menjadi dasar pencapaian tujuan perusahaan dan masyarakat, sehingga tercipta legitimasi.

Sejalan dengan pendapat Gray *et al.*, (1995), perusahaan (melalui manajemen) memberikan informasi CSR sebagai cara untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Aktivitas CSR dilakukan perusahaan untuk menunjukkan sistem nilai perusahaan telah selaras dengan sistem sosial tempat perusahaan beroperasi. Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan CSR dilakukan untuk mendapat legitimasi dari masyarakat, sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan serta dapat meningkatkan nilai perusahaan (Ratmono dan Sagala, 2015).

Pemenuhan dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dilakukan sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan masyarakat. Perusahaan yang melakukan pemenuhan tanggung jawab sosial dapat mempertahankan bisnisnya. Adanya dukungan dari masyarakat sekitar terhadap bisnis merupakan salah satu tanda perusahaan diterima di lingkungan masyarakat. Dukungan dapat diperoleh ketika usaha yang dilakukan sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat.

Hubungan CSR dan agresivitas pajak dalam penelitian ini dijelaskan menggunakan teori legitimasi. Lanis dan Richardson (2013) berpendapat bahwa masyarakat menganggap agresivitas pajak perusahaan merupakan tindakan yang ilegal, tidak bertanggungjawab dan merusak citra perusahaan, sehingga dapat menghilangkan kepercayaan masyarakat dan bisa mengancam keberlangsungan usaha.

2. Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara *agent* dan *principal*. Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan adalah kontrak antara satu atau lebih individu dengan individu lain, salah satu pihak berperan sebagai *principal* dan pihak lain sebagai *agent*. Definisi teori keagenan menurut Rebecca (2012) adalah hubungan yang timbul akibat adanya kontrak antara pihak pemilik modal (*principal*) yang mendelegasikan pekerjaan dan agen (*agent*) sebagai pihak yang menerima pendelegasian pekerjaan, yang berarti terjadi antara kepemilikan dan kontrol perusahaan. *Principal* merupakan pihak yang memberikan perintah, mengawasi, memberikan penilaian dan masukan atas tugas yang akan dijalankan oleh *agent*, sedangkan *agent* adalah pihak yang menerima dan menjalankan tugas sesuai kehendak *principal* (Suwandi dan Tahar, 2015).

Ketika *principal* dan *agent* berkeinginan untuk memaksimalkan kepentingan masing-masing (belum ada keselarasan), maka ada kemungkinan *agent* bertindak tidak untuk kepentingan *principal*. *Principal* berusaha untuk memaksimalkan laba (*risk takers*), sedangkan *agent* sebagai pelaksana aktivitas cenderung tidak menyukai resiko yang terlalu besar (*risk adverse*). Untuk mengurangi konflik, maka *principal* perlu *monitoring* kinerja *agent*. Laporan keuangan dan berbagai informasi lainnya yang disampaikan kepada publik adalah salah satu bentuk alat *monitoring* untuk mengurangi *agency cost* (Hendriyani dan Tahar, 2015).

Teori keagenan memiliki hubungan erat dengan luas pengungkapan laporan tahunan. Manajemen perusahaan melakukan pelaporan sebagai bentuk akuntabilitas terhadap publik. Dalam penyampaian laporan keuangan terdapat asimetri informasi antara *agent* dan *principal*, *agent* memiliki informasi yang lebih banyak dibanding *principal*, karena *agent* hanya mengungkapkan sedikit mengenai laporan keuangan perusahaan (Sutiyok dan Rahmawati, 2014).

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya mendukung teori keagenan bahwa manajer bertindak untuk kepentingan pribadi daripada perusahaan. Manajer melakukan hal tersebut karena adanya insentif atas pekerjaan mereka dan asimetri informasi dengan pemilik perusahaan (Nazaruddin, 2013). Informasi yang dimiliki manajer merupakan sebuah peluang yang dapat memicu penyalahgunaan tanggung jawab. Teori keagenan mengabaikan hubungan antara etika dan ekonomi serta manfaat jangka panjang atas tindakan yang dilakukan (Noreen, 1998 dalam Nazaruddin, 2013).

Implikasi teori keagenan terhadap penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa pihak manajemen (*agent*) tidak terlepas dari praktek agresivitas pelaporan keuangan, oleh karena itu laporan yang disajikan belum tentu merepresentasikan laba yang sesungguhnya. Hal tersebut dilakukan agar kinerja manajemen seolah meningkat dari tahun ke tahun dan berhasil mencapai target yang diinginkan. Tindakan tersebut

dilakukan demi kepuasan *stakeholder* dan *shareholder* atas peningkatan laba bersih setelah pajak.

3. Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan individu atau sekumpulan orang (kelompok) yang memiliki kepentingan bisnis dengan perusahaan atau organisasi (Sutiyok dan Rahmawati, 2014). Keberadaan suatu organisasi (perusahaan) tidak terlepas dari pengaruh orang-orang atau kelompok yang memiliki hubungan dengan organisasi. Adanya teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidaklah bersifat individualis dan mementingkan diri sendiri dalam menjalankan kegiatan operasinya. Teori stakeholder dapat memengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan laporan tahunannya secara luas dan transparan, karena campur tangan pihak lain sangat dibutuhkan demi kelangsungan kegiatan operasionalnya (*going concern*).

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan disekitar tempat beroperasi, sehingga mengharuskan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak dalam pengambilan keputusan. Informasi CSR dibutuhkan masyarakat dalam pengambilan keputusan (Ardian, 2013). Sejalan dengan pendapat Ghozali dan Chariri (2007) bahwa perusahaan beroperasi untuk memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder. Menurut Fatayatiningrum (2011) tujuan utama dari teori stakeholder untuk membantu manajer perusahaan mengerti lingkungan stakeholder mereka dan melakukan pengelolaan yang

lebih efektif. Tujuan yang lebih luas dari teori stakeholder adalah membantu manajer perusahaan dalam meningkatkan *value added* dan meminimalisir kerugian bagi stakeholder.

Menurut teori *stakeholder*, perusahaan yang memiliki peringkat CSR tinggi lebih menarik bagi konsumen, sehingga perusahaan harus memenuhi kewajiban CSRnya (Cheers, 2011 dalam Yoehana, 2013). Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* melalui berbagai tindakan perusahaan yang bersifat persuasif dan memberikan *feedback* baik kepada *stakeholder*. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah pemenuhan tanggung jawab sosial. Jadi, pada intinya teori *stakeholder* mempertimbangkan semua pihak yang terkena dampak aktivitas organisasi (perusahaan).

Penyajian informasi dalam pelaporan keuangan mengabaikan masyarakat luas, sehingga hal tersebut menjadi salah satu kelemahan *stakeholder theory* (Ghozali dan Chariri, 2007). Perusahaan hanya mengidentifikasi *stakeholder* yang dianggap penting, berpengaruh dan menguntungkan.

4. Corporate Social Responsibility (CSR)

Perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan yang harus dipenuhi baik dalam aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan. CSR mulai dikenal sejak awal tahun 1970an. Definisi CSR menurut *World Business Council in Sustainable Development* adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk

berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat. CSR merupakan kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai yang sesuai peraturan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan (Kartika, 2013). CSR merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan baik dalam bentuk penjagaan lingkungan, partisipasi pembangunan, norma masyarakat, dan berbagai macam bentuk tanggung jawab sosial lainnya (Irawan, 2016).

Cara yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi CSR adalah melaksanakan CSR sebagaimana diwajibkan dalam Undang-undang RI No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 dan Undang-undang RI No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 huruf (b) mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dipenuhi perusahaan. Dikeluarkannya 2 undang-undang tersebut menjadi dasar bahwa CSR bukan lagi wacana publik semata, tetapi sudah menjadi *mandatory disclosure*, sehingga akuntabilitas perusahaan meningkat. CSR bukan hanya pemenuhan hukum semata, melainkan bentuk tanggung jawab dan akuntabilitas perusahaan kepada lingkungan yang terkena dampak langsung maupun tidak langsung atas kegiatan operasional perusahaan. Masyarakat dapat menilai kinerja perusahaan berdasarkan pelaporan CSR. Selain bersinggungan dengan masalah lingkungan, CSR juga bersinggungan dengan masalah etika dan moral.

Du, Shuli (2010), melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan yang ada di Amerika Serikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam aktivitas CSR akan memberikan keuntungan pada *stakeholder*, membangun citra perusahaan dalam jangka panjang, memperkuat hubungan dengan *stakeholder* dan meningkatkan perilaku advokasi *stakeholder*. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan melakukan aktivitas CSR untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat demi keberlanjutan usahanya, sedangkan menurut teori stakeholder, untuk memenuhi ekspektasi karyawan, *supplier*, *customer* dan masyarakat. Sudah seharusnya perusahaan memberikan kontribusi kepada stakeholder melalui aktivitas CSR. Laporan CSR akan diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*), laporan keberlanjutan (*sustainability report*), dan/atau *website* perusahaan.

Kontribusi CSR yang biasa dilakukan perusahaan kepada karyawan meliputi: beasiswa pendidikan bagi anak karyawan, pelatihan dan pendidikan, pelatihan K3 untuk meningkatkan keselamatan dan keamanan bekerja, manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup, tunjangan, jaminan kesehatan, peningkatan karir, dll. Untuk masyarakat dan lingkungan, CSR diwujudkan dalam bentuk: beasiswa pendidikan bagi putra-putri terbaik bangsa, bantuan biaya riset, pembangunan masjid, donor darah, mudik gratis, paket lebaran dan natal, memberi kesempatan untuk magang untuk siswa/i SMA/SMK dan mahasiswa, membuat produk ramah lingkungan, penanaman pohon, pengolahan sampah sebelum

dibuang untuk mengurangi emisi rumah kaca, dll. Tujuan CSR adalah pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat mandiri, bukan memperdayai masyarakat (Nahar, 2012). Jadi pemenuhan CSR kepada masyarakat tidak bertujuan membuat mereka untuk malas bekerja, tetapi membantu mereka mensukseskan usaha melalui pemberian bantuan-bantuan pendidikan, renovasi rumah, bantuan biaya riset, dll.

Perusahaan memiliki berbagai motivasi dalam pengungkapan CSR, mulai dari pendekatan instrumental untuk memaksimalkan profit, pendekatan intrinsik seperti komitmen perusahaan untuk menjunjung tinggi nilai dan prinsip perusahaan serta menjaga reputasi perusahaan (Nahar, 2012). Akan tetapi, banyak perusahaan di Indonesia yang masih menganggap bahwa CSR merupakan beban dan tambahan biaya yang harus dibayarkan oleh perusahaan, sehingga mengurangi profitabilitas. Pemenuhan CSR yang dilakukan perusahaan selain memberikan dampak positif, terkadang memunculkan bias, banyak perusahaan yang memberikan CSR justru untuk menutupi berbagai kecurangan yang dilakukan, salah satunya penghindaran pajak perusahaan.

5. Agresivitas Pelaporan Keuangan

Salah satu kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan sebagai wujud pertanggungjawaban kepada *stakeholder* adalah penerbitan laporan keuangan. Elemen laporan keuangan yang menjadi pusat perhatian dan dijadikan sebagai salah satu alat pengukuran kinerja adalah laba, karena mudah didapatkan, sudah pasti tercantum dalam laporan keuangan dan

diharapkan dapat merepresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Padahal, laba belum tentu menggambarkan kinerja secara keseluruhan apakah dianggap baik atau buruk. Pengukuran kinerja yang hanya diukur dari laba (*profit*) dianggap pengukuran secara tradisional.

Laba dianggap penting bagi pengguna laporan keuangan, sehingga manajemen perusahaan cenderung melaporkan laba yang besar demi kepuasan *stakeholder* dan *shareholder*. Dalam buku *Accounting Theory* karya Scott (2009), motivasi perusahaan melaporkan laba yang tinggi adalah pemberian bonus, politik, *Initial Public Offering* (IPO), perjanjian hutang jangka panjang, pemenuhan ekspektasi investor, reputasi dan perubahan CEO. Beberapa alasan di atas melatarbelakangi perilaku pelaporan keuangan perusahaan cenderung agresif dengan manipulasi laba, baik memperbesar maupun memperkecil laba sesuai tujuan yang diharapkan.

Usaha meningkatkan laba perusahaan baik sesuai maupun tidak sesuai prinsip akuntansi yang berlaku disebut agresivitas pelaporan keuangan (Frank *et.al*, 2009). *Earning management* terjadi ketika manajer menggunakan pendapat pribadi dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan dan mengelola transaksi yang terjadi, dengan cara mengubah laporan keuangan tidak seperti semestinya untuk menyesatkan *stakeholder* ataupun untuk mempengaruhi pengguna laporan keuangan lainnya (Healy dan Wahlen, 1999 dalam Kamila, 2014).

Teknik *earning management* yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan diantaranya: *taking a bath*, *income smoothing*, minimalisasi pendapatan dan maksimalisasi pendapatan (Scott, 2009), sedangkan menurut Kamila (2014) cara yang dapat dilakukan adalah melalui akrual dan aktivitas riil. Jika menggunakan metode akrual penerimaan diakui atau dicatat ketika terjadi, bukan ketika pembayaran dilakukan atau diterima, sedangkan *earning management* melalui aktivitas riil dilakukan oleh manajer perusahaan dengan cara memanipulasi kegiatan operasional perusahaan yang berkaitan dengan penjualan, produksi, dan pengeluaran biaya diskresioner (Roychowdhury, 2006).

Manajemen perusahaan pasti mempertimbangkan *cost and benefit* dalam pengambilan keputusan. Keuntungan manajemen laba dapat dilihat dari 2 perspektif, pelaporan keuangan dan kontraktual perspektif (Scott, 2009). Dalam perspektif pelaporan keuangan, posisi laba setelah dilakukannya manajemen laba akan menjadi informasi yang digunakan publik. Tetapi, manajemen laba perusahaan yang dilakukan juga berpotensi untuk memunculkan adanya misalokasi sumber daya, sehingga memberikan persepsi yang salah bagi stakeholder mengenai kinerja perusahaan.

Berdasarkan teori keagenan, agresivitas pelaporan keuangan dilakukan demi kepuasan *stakeholder* dan *shareholder* atas peningkatan laba bersih setelah pajak. *Stakeholder* dan *shareholder* cenderung bersifat *risk taker*, sehingga mereka menginginkan tingkat pengembalian yang

tinggi (*earning per share*) atas investasi yang mereka lakukan di perusahaan. Anggapan tersebut sebenarnya bertentangan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa pengungkapan laporan keuangan dilakukan perusahaan sebagai bentuk akuntabilitas dan *monitoring* publik terhadap manajer. Jika informasi keuangan yang dilaporkan ternyata bias (manipulasi laba), maka *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan akan salah dalam pengambilan keputusan.

6. Agresivitas Pajak

Pembayaran pajak dianggap sebagai transfer kekayaan dari perusahaan kepada pemerintah. Jumlah beban pajak yang dibayarkan tidaklah sedikit, sehingga perusahaan sebagai salah satu subjek pajak seringkali melakukan penghematan beban pajak demi pencapaian laba sesudah pajak yang lebih tinggi. Hal tersebut dilakukan karena ada benturan kepentingan antara *stakeholder* dengan pihak manajemen. Ketidakselarasan tersebut, membuat manajer melakukan berbagai hal demi kepuasan *stakeholder*, salah satunya dilakukan dengan meminimalisir jumlah beban pajak yang sering disebut agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah tindakan yang dilakukan perusahaan dengan cara meminimalisasi jumlah laba, sehingga jumlah beban pajak yang dibayarkan rendah, baik melalui cara yang legal maupun ilegal.

Menurut Frank *et al.*, (2009), agresivitas pajak dilakukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak baik dengan cara *tax avoidance* maupun *tax evasion*. Agresivitas pajak dapat dilakukan

karena ketidakpatuhan perusahaan terhadap peraturan perpajakan maupun aktivitas penghematan pajak sesuai peraturan. Perusahaan yang memanfaatkan celah peraturan untuk mengurangi beban pajak dianggap telah melakukan agresivitas pajak walaupun tidak menyalahi aturan yang ada (Kamila, 2014). Prayogo (2015) menyatakan bahwa untuk mengurangi pembayaran pajak, dapat dilakukan dengan cara memperbesar jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan atau memperkecil pendapatan.

Agresivitas pajak merupakan bagian dalam hal perencanaan pajak yang mengarah pada penghindaran pajak dengan cara legal. Terdapat perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak. Agresivitas pajak dilakukan melalui perencanaan yang lebih agresif untuk mengurangi pajak terhutang perusahaan (Jessica dan Toly, 2014).

Tujuan utama agresivitas pajak untuk meminimalisir beban pajak perusahaan. Jumlah pajak yang dibayarkan sebesar hasil perkalian antara pendapatan kena pajak (PKP) dengan tarif pajak (*tax rate*) yang telah ditetapkan negara. PKP diperoleh dari penghasilan bruto dikurangi biaya yang diperkenankan UU PPh. Pajak yang dibayar perusahaan bergantung pada koreksi pajak atau selisih antara laba dengan pendapatan kena pajak (*book tax difference*), sehingga teknik dalam melakukan agresivitas pajak dengan mengatur *book tax difference* (Kamila, 2014). Setiap tindakan yang akan dilakukan manajer pasti dipertimbangkan terlebih dahulu *cost and benefit* yang akan diterima, termasuk keputusan melakukan agresivitas pajak.

Beberapa cara untuk melakukan *tax avoidance* menurut Kurniasih dan Sari (2013) meliputi:

- a. Menyimpan subjek dan/atau objek pajak ke negara-negara yang memberikan beban pajak rendah (*tax haven country*) atas suatu jenis penghasilan (*substantive tax planning*).
- b. Mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi melalui pemilihan formal yang memberikan beban pajak yang paling rendah (*formal tax planning*).
- c. Ketentuan *anti avoidance* atas transaksi *transfer pricing*, *thin capitalization*, *treaty shopping*, dan *controlled foreign corporation* (*Specific Anti Avoidance Rule*), serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*General Anti Avoidance Rule*).

Direktorat Jenderal Pajak menyatakan ada beberapa modus yang dilakukan oleh perusahaan global yang mempunyai cabang di berbagai negara dalam menghindari pajak, di antaranya sebagai berikut:

- a. Pembayaran biaya royalti Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), logo dan merk kepada perusahaan induk. Peningkatan pembayaran royalti akan meningkatkan biaya, sehingga mengurangi laba bersih perusahaan. Jika tarif *tax treaty* untuk pajak royalti hanya 10% dan tarif PPh Badan adalah 25%, maka terjadi penurunan pembayaran pajak sebesar 15%.
- b. Peningkatan harga beli bahan baku pada perusahaan segrup yang berdiri di negara bertarif pajak rendah. Jika harga beli mahal, maka

jumlah biaya meningkat dan laba perusahaan berkurang, sehingga beban pajak rendah.

- c. Berhutang atau menjual obligasi kepada afiliasi perusahaan induk dan membayar kembali cicilan dengan bunga sangat tinggi. Tingkat suku bunga tinggi ini adalah dividen terselubung ke perusahaan induk.
- d. Menggeser biaya usaha (termasuk gaji pegawai *headquarters*) ke negara bertarif pajak tinggi (*cost center*) seperti Inggris dan mengalihkan profit ke negara bertarif pajak rendah (*profit center*) seperti Bermuda. Dengan demikian keuntungan perusahaan terlihat kecil dan tidak perlu membayar pajak korporasi.
- e. Memperkecil omset penjualan. Perusahaan seolah-olah mengalami kerugian dalam penjualan barang ke cabang perusahaan di negara bertarif pajak rendah, sehingga penjualan ekspor terlihat merugi. Kemudian dari cabang tersebut, barang dijual dengan harga normal ke konsumen akhir.

Setiap perusahaan memiliki berbagai cara tersendiri untuk meminimalisir beban pajak agar tidak banyak mengurangi profit yang di dapat oleh perusahaan. Beberapa contoh kasus penghindaran pajak yang diperoleh dari artikel *website* Direktorat Jenderal Pajak (www.pajak.go.id) sebagai berikut:

- a. Perusahaan *Franchisor* menyajikan laporan keuangan seolah rugi dengan cara membayar royalti *offshore licensing* atas desain, resep dan logo ke cabangnya di Belanda, membayar bunga utang sangat tinggi,

di mana utang tersebut justru digunakan untuk ekspansi kedai kopi di negara lain dan membeli bahan baku dari anak perusahaan yang berada di Swiss walaupun pengiriman barang langsung dari negara produsen dan tidak masuk ke Swiss.

- b. Pajak bonus karyawan *Investment Banking* dari Amerika Serikat (AS). Agar pembayaran bonus ini tidak terdeteksi, karyawan *Investment Banking* cabang Inggris diminta mengajukan permohonan pinjaman lunak ke *Investment Banking* cabang AS. Berdalih pinjaman lunak, karyawan *Investment Banking* cabang Inggris tidak harus membayar pajak penghasilan. Atas kecurangan ini, *Investment Banking* cabang Inggris harus membayar denda 500 juta *pounds* atau Rp7,5 triliun.

7. *Good Corporate Governance* (GCG)

The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG) (2012) mengartikan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai struktur, sistem dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan untuk memberikan *value added* perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya berdasarkan norma, etika, budaya dan aturan yang berlaku, sedangkan menurut Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor. KEP-01/MBU/2011 pasal 1 ayat 1 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik pada BUMN, GCG adalah prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha.

Good Corporate Governance adalah suatu sistem yang ada pada organisasi untuk membantu kinerja organisasi semaksimal mungkin dengan cara-cara yang tidak merugikan stakeholder organisasi tersebut (Pratolo, 2008). Penerapan GCG diperlukan agar tercipta efisiensi pasar, transparan dan konsisten sesuai peraturan perundang-undangan. Ada tiga pilar yang mendukung penerapan GCG yaitu negara dan perangkatnya (regulator), dunia usaha (pelaku pasar) dan masyarakat (pengguna produk dan jasa) (KNKG, 2006). Prinsip GCG sebagaimana tertuang dalam Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor. KEP 01/MBU/2011 pasal 3 dan 5, yaitu:

a. *Transparency* (Transparansi)

Prinsip keterbukaan atas informasi yang ada di perusahaan harus dilaksanakan oleh perusahaan *go public* di Indonesia. Informasi yang material, relevan, mudah diakses dan dipahami oleh *stakeholder* serta *shareholder* diperlukan dalam pengambilan keputusan, sehingga harus diungkapkan untuk menjaga objektivitas dalam menjalankan bisnis.

b. *Accountability* (Akuntabilitas)

Organ perusahaan memiliki tugas pokok dan fungsi yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak yang terlibat agar pengelolaan perusahaan berjalan efektif dan mencapai kinerja berkelanjutan. Perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan

kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan *stakeholder* serta *shareholder*.

c. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Perusahaan harus menjalankan bisnis yang ada sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia serta memenuhi tanggung jawab terhadap masyarakat serta lingkungan di sekitar tempat beroperasi. Dengan kata lain, kewajiban perusahaan tidak terbatas pada aspek ekonomi saja, melainkan aspek sosial dan lingkungan agar terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

d. *Independency* (Kemandirian)

Pengelolaan perusahaan secara profesional tanpa benturan kepentingan (intervensi) dari pihak manapun, sehingga kemandirian tetap terjaga. Dalam penyusunan laporan keuangan, sikap independensi Komite Audit sangat diperlukan agar laporan keuangan disajikan secara wajar tanpa menguntungkan salah satu pihak.

e. *Fairness* (Kewajaran dan Kesetaraan)

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan. GCG menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham, baik minoritas dan asing serta menjamin terlaksananya komitmen dengan

para investor. Prinsip keadilan diperlukan untuk melindungi seluruh pemegang saham dari kecurangan atau *insider trading* yang dapat merugikan pemegang saham minoritas (Nazaruddin, 2008).

Prinsip-prinsip GCG sangat diperlukan oleh perusahaan terutama berkaitan dengan penyajian laporan keuangan suatu perusahaan. Manfaat pelaksanaan GCG menurut IICG (2012), adalah meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan pasar, menjaga *sustainability* perusahaan, mengurangi *agency cost* dan *cost of capital*, meningkatkan kinerja, efisiensi dan pelayanan kepada *stakeholders*, melindungi organ dari intervensi politik dan tuntutan hukum, serta membantu terwujudnya GCG. Manfaat penerapan GCG dapat dirasakan ketika perusahaan menerapkan GCG serta memiliki organ perusahaan sebagai pelaksana kegiatan dalam perusahaan. Organ perusahaan akan melaksanakan tugas dan fungsinya untuk mencapai tujuan bersama perusahaan (Winarsih dkk., 2014).

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

- a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Direksi bertanggungjawab dalam penyelenggaraan RUPS. Ketika Direksi berhalangan dapat digantikan Dewan Komisaris atau pemegang saham sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan anggaran dasar perusahaan.
- b. Dewan Komisaris 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 dibantu oleh Komite Audit, Komite Nominasi dan Remunerasi, Komite Kebijakan Risiko, dan Komite Kebijakan *Corporate Governance*.

- c. Dewan Direksi bertugas dan bertanggungjawab secara kolegal dalam mengelola perusahaan.

Good Corporate Governance dalam penelitian ini diproksikan dengan Komisaris Independen dan Komite Audit. Komisaris independen perusahaan diharapkan mampu menjalankan tugas dan fungsinya sebagaimana mestinya, sehingga dapat menjamin bahwa mekanisme pengawasan berjalan secara efektif dan sesuai peraturan perundang-undangan (KNKG, 2006). Komite Audit berperan membantu Dewan Komisaris untuk memastikan bahwa: laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, pelaksanaan audit internal dan eksternal sesuai dengan standar audit yang berlaku, struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan baik, dan tindak lanjut hasil audit dilaksanakan oleh manajemen (KNKG, 2006).

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak

Perusahaan sebagai subjek pajak memiliki kewajiban membayar pajak sebagai wujud kontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat. Pembayaran pajak

dilakukan sebagai bentuk imbalan kepada negara atas sumber daya yang telah dinikmati oleh perusahaan untuk kegiatan operasional. Ketika perusahaan menghindari kewajiban membayar pajak, dapat dikatakan tidak adil karena mau menikmati sumber daya yang ada tetapi tidak mau membayar pajak.

Perusahaan terus mencoba untuk meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma yang ada, sehingga dapat diterima di dalam masyarakat dan mendapat legitimasi. Salah satu bentuk kepatuhan berupa pemenuhan kewajiban perpajakan. Pembayaran pajak yang dilakukan secara suka rela, penuh kesadaran, sesuai nominal yang ditetapkan dan tidak berupaya untuk melakukan agresivitas pajak, berarti perusahaan berusaha membina hubungan baik dengan pemerintah.

Argumen di atas juga didukung dengan teori *stakeholder*, dimana perusahaan harus mempertimbangkan kepuasan semua pihak dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan dan pengambilan keputusan. Wujud perhatian dapat dilakukan dengan cara membina hubungan baik dengan pemerintah melalui ketaatannya membayar pajak tanpa ada tindakan agresivitas pajak (Yoehana, 2013). Jessica dan Toly (2014) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak, sehingga kegiatan CSR tidak mempengaruhi perusahaan untuk membayar pajak yang lebih kecil. Ratmono dan Sagala (2015) menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap

agresivitas pajak. Semakin rendah tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin tinggi tingkat agresivitas pajaknya.

Hasil penelitian Jessica dan Toly (2014) serta Ratmono dan Sagala (2015) memberikan dukungan empiris untuk teori legitimasi bahwa perusahaan selalu berusaha mendapat dukungan dari lingkungan institusionalnya. Ketika perusahaan patuh dan tidak melakukan tindakan pajak agresif, secara tidak langsung perusahaan turut serta dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat.

Menurut Slemrod (2004) kaitan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak terletak pada tujuan utama perusahaan untuk memperoleh *profit maximum* tanpa menghilangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002) pengungkapan CSR digunakan oleh manajemen sebagai salah satu cara berinteraksi dengan masyarakat luas.

Hasil penelitian Rini dkk., (2015) menunjukkan bahwa sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas untuk mendapat dukungan dari masyarakat dan lingkungan untuk mempertahankan eksistensinya serta menutupi citra buruk perusahaan. Penelitian Lanis dan Richardson (2013), Pradipta dan Supriyadi (2015) juga menunjukkan hasil yang signifikan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Artinya, perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif, melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas dari pada perusahaan yang tidak melakukan agresivitas

pajak. Berdasarkan logika hipotesis di atas, maka penulis menyatakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

2. Hubungan antara Agresivitas Pelaporan Keuangan dengan Agresivitas Pajak

Persoalan perpajakan selalu menjadi dilema bagi perusahaan. Perusahaan berusaha menyajikan laba yang besar dalam laporan keuangan untuk menarik minat investor, kreditor, *supplier*, dan berbagai pihak yang berkepentingan lainnya. Pajak dianggap sebagai salah satu ukuran kinerja perusahaan yang mudah untuk kita ketahui tanpa perhitungan yang rumit. Disatu sisi, jumlah laba yang dilaporkan juga berpengaruh terhadap jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah, sehingga usaha meminimalisir beban pajak akan menurunkan jumlah penghasilan kena pajak. Manajemen pajak dan manajemen pelaporan keuangan menyebabkan *trade off* antara pajak dan pelaporan keuangan.

Ketika perusahaan melakukan manajemen pajak dengan cara mengurangi laba kena pajak akan menyebabkan *financial reporting costs* karena pendapatan yang dilaporkan menjadi lebih rendah dan mengakibatkan persepsi kinerja perusahaan yang kurang baik (Shackelford dan Shelvin, 2000). Manajemen laba (memperbesar laba bersih) pada laporan keuangan menyebabkan munculnya *tax costs* karena beban pajak yang harus dibayar meningkat. Hal tersebut memunculkan *trade-off*

diantara keduanya, akankah perusahaan lebih baik melaporkan laba yang lebih besar atau kecil.

Hasil penelitian Frank *et al.*, (2009) dan Kamila (2014) menunjukkan bahwa *trade off* antara pajak dan pelaporan keuangan tidak selalu terjadi. Hal tersebut dapat terjadi karena memanfaatkan adanya celah-celah dalam peraturan perpajakan maupun menggunakan cara yang tidak diperbolehkan, sehingga perusahaan bisa merepresentasikan laba yang tinggi tanpa melakukan pembayaran pajak yang besar (Frank *et al.*, 2009). Celah pada Undang-undang Perpajakan terdapat pada Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 tahun 2008 Pasal 6 ayat (1) huruf a, yaitu pemberian intensif berupa potongan atas bunga pinjaman, sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan jumlah utang.

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Kamila (2014) menemukan hubungan resiprokal antara agresivitas pelaporan keuangan dan agresivitas pajak. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pelaporan keuangan memiliki hubungan positif terhadap agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Agresivitas pelaporan keuangan yang dilakukan dipengaruhi oleh tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Penelitian Ridha dan Martani (2014) sejalan dengan penelitian Kamila (2014), bahwa agresivitas pajak dan agresivitas pelaporan keuangan memiliki hubungan dua arah (resiprokal).

Hasil penelitian Ridha dan Martani (2014) serta Kamila (2014) sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Frank *et. al.*, (2009) yang menunjukkan bahwa agresivitas pelaporan keuangan berhubungan positif terhadap agresivitas pajak, tetapi memiliki arah yang berbeda. Penelitain Frank *et al.*, menunjukkan bahwa agresivitas pelaporan keuangan berhubungan positif dengan agresivitas pajak dan tidak berlaku hubungan resiprokal. Berdasarkan logika hipotesis di atas, hipotesis dalam penelitain ini adalah:

H₂: Agresivitas pelaporan keuangan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

3. Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan yang Diperkuat dengan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Agresivitas Pajak.

Good Corporate Governance diproksikan dengan ukuran komisaris independen dan komite audit, karena kedua organ perusahaan ini berperan dalam penerapan GCG. Komisaris independen perusahaan diharapkan mampu menjalankan tugas dan fungsinya sebagaimana mestinya, sehingga dapat menjamin bahwa mekanisme pengawasan berjalan secara efektif dan sesuai peraturan perundang-undangan (KNKG, 2006). Komite Audit berperan membantu Dewan Komisaris untuk memastikan bahwa: laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, pelaksanaan audit internal dan eksternal sesuai dengan standar audit yang berlaku, struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan baik, dan tindak lanjut hasil audit dilaksanakan oleh

manajemen (KNKG, 2006). Semakin besar ukuran komite audit, *monitoring* terhadap agresivitas pajak semakin tinggi dan dapat diminimalisir, sehingga meningkatkan keandalan laporan keuangan (Winarsih, 2014).

Hasil penelitian Minnick dan Noga (2010) memberikan dukungan pentingnya peranan tata kelola perusahaan terhadap perencanaan manajemen pajak secara jangka panjang. Komposisi Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak perusahaan (Lanis dan Richardson, 2011). Lanis dan Richardson (2011) menemukan bahwa keberadaan dewan independen mampu mengurangi agresivitas pajak. Richardson *et al.*, (2013) meneliti lebih jauh lagi mengenai pengaruh karakteristik pengawasan dewan direksi terhadap agresivitas pajak, diwakili oleh variabel sistem pengendalian risiko, auditor eksternal, dan komite audit serta auditor internal. Hasil penelitian Richardsol *et al.*, (2013) menunjukkan agresivitas pajak dapat dikurangi apabila sistem pengendalian risiko baik, keberadaan auditor eksternal berkualitas serta independensi anggota komite audit dan kuatnya kontrol internal.

Penerapan GCG juga dapat mengurangi agresivitas pelaporan keuangan, karena adanya pengawasan dari komisaris independen dan komite audit. Komisaris independen memastikan bahwa penyusunan laporan keuangan telah sesuai dengan Standar Akuntansi yang berlaku dan tidak melanggar peraturan pemerintah lainnya, sedangkan Komite Audit berperan untuk melengkapi tanggung jawab Komisaris independen, yaitu

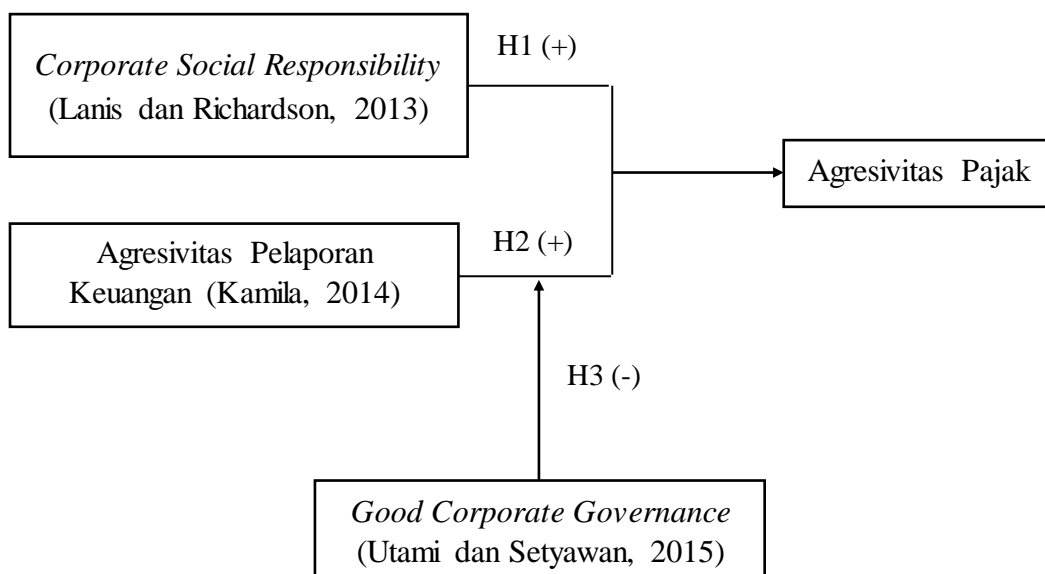
memastikan bahwa laporan keuangan telah disusun berdasarkan bukti-bukti yang ada atas transaksi riil perusahaan. Ketika komisaris independen dan komite audit dapat bekerja maksimal sebagaimana mestinya, maka tindakan agresivitas pelaporan keuangan dan agresivitas pajak dapat diminimalisir. Berdasarkan teori yang ada dan logika hipotesis yang telah diuraikan di atas, peneliti menurunkan hipotesis sebagai berikut:

H_{3a}: Agresivitas pelaporan keuangan yang diperkuat dengan Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H_{3b}: Agresivitas pelaporan keuangan yang diperkuat dengan Komite berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

C. Model Penelitian

Penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh CSR dan agresivitas pelaporan keuangan terhadap agresivitas pajak dengan GCG sebagai variabel pemoderasi. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian