

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.2.1 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat (Fatoni dkk, 2016). Dalam teori legitimasi tersebut perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dimasyarakat sehingga dapat diterima dilingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Diana, 2013).

Teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup juga tergantung dari hubungan antar perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Doddy Setiawan & Suwardi, 2010).

Dalam teori legitimasi dijelaskan bahwa perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bentuk kegiatan penyesuaian yang banyak dilakukan perusahaan adalah melalui program CSR. Program CSR dilakukan dalam usaha perusahaan mengayomi lingkungan disekitarnya sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Selain sebagai suatu kewajiban, CSR juga dapat

memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan media promosi bagi perusahaan, disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama.

Perusahaan melakukan CSR sebagai salah satu tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, atau bisa dibilang sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Sama halnya dengan perusahaan yang taat membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku tanpa mengurangi atau melakukan agresivitas pajak, berarti perusahaan telah turut serta dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. perusahaan yang semakin banyak melakukan dan mengungkapkan kegiatan CSR berarti perusahaan tersebut memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya serta seharusnya membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tidak melakukan agresivitas pajak. Dengan kata lain, perusahaan yang semakin banyak mengungkapkan kegiatan CSR-nya maka semakin kecil kemungkinan melakukan tindakan agresivitas pajak yang tentunya akan merugikan masyarakat dan dapat merugikan perusahaan sendiri.

### **2.2.2 Teori Stakeholder**

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan Teori *stakeholder* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Menurut Huang dan Kung (2017) teori stakeholders menyatakan suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan yang dipengaruhi oleh kepentingan individu atau kelompok.

Berdasarkan Teori ini, peranan *stakeholder* sangat besar dalam keberlangsungan perusahaan karena mereka memiliki semua sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan. Hal ini menjadikan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder. Teori *stakeholder* merupakan praktik dan juga berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan para pemangku kepentingan, pelaksanaan ketentuan hukum, nilai-

nilai, apresiasi masyarakat dan lingkungan, serta kesiapan perusahaan didalam menjalankan bisnis dan dapat memberikan berkontribusi dalam pembangunan yang berkesinambungan teori stakeholder berawal dari munculnya persepsi bahwa nilai (*value*) yang secara spesifik merupakan hal yang sangat berkaitan dengan kegiatan usaha.

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada *shareholder* atau pemilik perusahaan melainkan kepada pihak stakeholder atau pihak diluar perusahaan yang menunjang kelangsungan operasional perusahaan. Pihak luar yang berperan dalam kelangsungan operasional perusahaan antara lain pemerintah dan lingkungan sosial. Pemerintah memberikan perlindungan kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional usahanya dan perusahaan wajib melakukan imbal balik kepada pemerintah dengan cara pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum. Hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar juga harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya tanpa terhalangan oleh nilai, norma ataupun masalah dengan lingkungan sosial disekitarnya.

Usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan CSR, baik berupa bantuan fisik maupun materi yang kiranya dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan pembangunan lingkungan di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sosial dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap keadaan sekitar dan bertanggung jawab pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder*. Apabila perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya secara publik maka perusahaan tersebut dapat disebut sebagai perusahaan yang peduli pada lingkungan, maka seharusnya perusahaan juga bertanggungjawab pada *stakeholder* lainnya, pemerintah, dengan membayar pajak sesuai ketentuan perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal.

### 2.2.3 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang rentan dilakukan perusahaan perusahaan besar di seluruh dunia. Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Agresivitas pajak didefinisikan sebagai praktik perencanaan pajak dari perusahaan dengan tujuan meminimalisir besaran pajak yang harus dibayarkan. Kegiatan ini dilakukan dengan langkah-langkah yang berada pada bidang abu-abu peraturan pajak. Sehingga sulit dideteksi sebagai pelanggaran, namun berpotensi merugikan negara. Suatu perusahaan dikatakan melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan berusaha mengurangi beban pajak secara agresif, baik menggunakan cara yang tergolong legal yaitu *tax avoidance* atau ilegal seperti *tax evasion*. *Tax avoidance* (penghindaran pajak) adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan itu sendiri untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Sedangkan *Tax evasion* (penggelapan atau penyelundupan pajak) adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara ilegal dengan cara menyembunyikan keadaan yang sebenarnya, dimana metode dan teknik yang digunakan tidak dalam koridor Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan, sehingga tidak aman bagi wajib pajak (Frank, et al, 2009) (dalam Putri, 2014). (Lanis & Grant, 2012) Keputusan manajer sebelum melakukan agresivitas pajak antara lain kemungkinan mendapatkan sanksi dari fiskus pajak dan turunnya harga saham perusahaan, rusaknya nama baik perusahaan, hilangnya legitimasi dari para stakeholder, terhambatnya keberlangsungan perusahaan dan lain-lain.

Praktik agresivitas pajak memiliki resiko tinggi bagi perusahaan yang melakukannya yaitu berupa ancaman sanksi atau denda, sampai dengan resiko turunnya harga saham serta reputasi perusahaan. Apalagi tindakan ini diketahui dan diputuskan melanggar aturan dan hukum, perusahaan akan menerima sanksi yang tegas dan berat. Selain itu, perusahaan juga akan kena imbas dari harga saham yang turun karena citra perusahaan menjadi kurang bagus di mata investor. Sanksi

administrasi dan pidana menurut Undang-Undang Perpajakan antara lain : Sanksi Administrasi : merupakan pembayar kerugian pada negara, khususnya berupa bunga dan kenaikan. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan terdapat 3 (tiga) sanksi administrasi, yaitu denda, bunga dan kenaikan. Sanksi Pidana : merupakan siksaan dan penderitaan, menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan terdapat 3 (tiga) macam sanksi pidana, yakni denda pidana, kurungan, dan penjara. Denda pidana berbeda dengan sanksi berupa denda administrasi yang hanya diancam atau dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar norma. Denda pidana dikenakan kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran maupun kejahatan.

Peraturan yang disahkan pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakan. Penting bagi wajib pajak untuk mengetahui sanksi yang dibebankan jika tidak melakukan kewajiban perpajakannya. Untuk mengukur agresifitas pajak, menurut Martani dan Sari (2010) yaitu dengan menggunakan ukuran *effective tax rate* (ETR), *cash effective tax rate* (CETR), dan *book-tax difference* (BTD). Salah satu cara untuk mengetahui perusahaan bertindak agresif terhadap pajak yaitu mengukur dengan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Sesuai dengan proksi yang dipakai dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lanis & Grant, 2012). ETR terdiri atas beban pajak penghasilan dan pendapatan sebelum pajak. Beban pajak penghasilan terdiri dari beban pajak kini dan beban pajak tangguhan. Beban pajak penghasilan diperoleh dari pendapatan sebelum pajak dikalikan dengan tarif pengenaan pajak terhutang badan. Beban pajak tangguhan diperoleh dari pendapatan sebelum pajak dikali tarif dikurangi beban pajak kini. Dalam penelitian Lanis & Grant (2012) bahwa perusahaan dengan ETR yang rendah akan meningkatkan agresivitas pajaknya. Cash ETR atau (CETR) dihitung dengan rumus yang dipergunakan Cahyonowati dan Meilinda (2013). Untuk mengestimasi CETR, digunakan jumlah pajak satu tahun dikurangi pajak tangguhan sebagai pembilang dan sebagai penyebut digunakan pendapatan sebelum pajak selama satu tahun. CETR digunakan karena diharapkan dapat mengidentifikasi keagresifan perencanaan pajak suatu

perusahaan. Perencanaan pajak yang dimaksud baik menggunakan beda tetap maupun beda waktu.

BTD merupakan perbedaan jumlah laba yang dihitung berdasarkan akuntansi dengan laba yang dihitung sesuai dengan peraturan perpajakan. BTD adalah suatu pengukuran yang ditujukan untuk menggambarkan semua perbedaan dalam pengukuran laba setelah pajak menurut akuntansi dan pajak penghasilan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan ETR karena ETR dianggap dapat merefleksikan perbedaan tetap antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. Selain itu ETR dapat mencerminkan persentase kewajiban pajak yang sebenarnya dengan laba akuntansi yang dihasilkan oleh perusahaan, yaitu, kewajiban pajak bersih atau keuangan (buku) laba sebelum pajak. Beberapa rumus untuk menghitung agresifitas pajak adalah sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

$$BTD = \frac{\text{Laba sebelum pajak} - \text{Laba bersih}}{\text{Rata - rata jumlah aset}}$$

#### **2.2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Suatu konsep yang banyak diperbincang oleh para ahli, CSR belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun memiliki esensi yang sama. Pengertian CSR diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Undang Undang No 40, 2007). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari

filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011).

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi, perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam semua aspek operasional perusahaan serta dampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. CSR tidak hanya sebatas pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok. Di sisi lain, beberapa perusahaan yang terlibat dalam CSR hanya karena mereka percaya bahwa hal tersebut benar untuk dilakukan. Terlepas dari dasar tersebut, CSR telah menjadi istilah yang lazim digunakan di arena bisnis. Lanis & Grant (2012) menyatakan bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

### **2.2.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan CSR telah menarik banyak penelitian akuntansi selama dua dekade. Pengungkapan CSR menurut Mathews (1995) (dalam Purwanto: 2011: 18) yaitu merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan atau mengungkapkannya CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri.

Hendriksen (dalam Purwanto, 2011:18) menjelaskan ada dua macam pengungkapan yaitu, pengungkapan yang bersifat wajib (mandatory) yaitu pengungkapan informasi yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (voluntary) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Pengungkapan sukarela (voluntary) dilakukan perusahaan untuk memenuhi keinginan stakeholder meskipun menambah cost perusahaan

namun, banyak manfaat yang diperoleh dari pengungkapan sukarela antara lain meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan kredibilitas perusahaan, membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen, menarik perhatian analis, meningkatkan akurasi pasar, menurunkan ketidaksimetrisan informasi pasar dan menurunkan kejutan pasar.

#### **2.2.6 Profitabilitas (ROA)**

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu. Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai seberapa jauh kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Sebaliknya, jika profitabilitas rendah maka investor cenderung tidak tertarik dalam menanamkan modalnya (Sudana & Airlindania, 2011).

ROA adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penggunaan seluruh sumber daya atau aset yang dimilikinya. Sebagai rasio profitabilitas, ROA digunakan untuk menilai kualitas dan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari pemanfaatan aset yang dimilikinya. Menurut Hery (2015:228) menyatakan bahwa ROA mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba.

#### **2.2.7 Profitabilitas (ROE)**

Pengembalian ekuitas atau ROE adalah salah satu perhitungan yang masuk dalam rasio profitabilitas. ROE merupakan perhitungan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. Menurut Hery (2015: 230) ROE adalah rasio yang digunakan untuk

mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham. ROE dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan. Perhitungan ROE dapat digunakan sebagai tolok ukur kinerja keuangan perusahaan. ROE sangat bergantung pada besar-kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relatif kecil, sehingga ROE yang dihasilkan pun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar. ROE digunakan untuk mengukur kemampuan suatu badan usaha dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham. Laba bersih (*net income*) dan ekuitas (*equity*) merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi ROE.

## **2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berikut adalah berbagai penelitian terdahulu yang memiliki kaitan erat dengan CSR terhadap agresivitas pajak:

1. Penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Ayu Intan Pradnyadari, Abdul Rohman (2015) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak” menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak (ETR). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan tindakan CSR dalam aktivitas operasinya, maka semakin rendah keinginan perusahaan untuk meminimalkan jumlah beban pajak yang dibayar.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Putu Maita Prasista, Ery Setiawan (2016) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan (studi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014) menyatakan bahwa Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, profitabilitas berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Kedua, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. Hal ini

menunjukkan luas pengungkapan CSR suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Puspita Dewi, dan Naniek Noviari (2017) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*) (studi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015)” hasil penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak.
4. Kemudian hasil penelitian dari Dwi Fionasari, Enni Savitri, dan Andreas (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)” memberikan bukti bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Terdapat perbedaan yang signifikan nilai dari tanggung jawab social antara sektor primer, sekunder dengan tersier.
5. Hasil penelitian yang di lakukan Nurcahyono dan Ida Kristina (2017) mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017” menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat maka cenderung tidak melakukan tindakan agresivitas pajak.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Faridatul Makhfudloh, Nurul Herawati, Anis Wulandari (2018) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Perencanaan Agresivitas Pajak.” Menyatakan bahwa Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa pengaruh negatif tersebut terjadi karena perusahaan yang rendah tingkat pengungkapan CSR cenderung lebih agresif melakukan berbagai upaya agar dapat meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain perbedaan penilaian dalam menganalisis dan mengidentifikasi item pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. karena terdapat unsur subjektivitas. Selain itu, informasi laporan tahunan hanya berasal dari website BEI, sehingga penelitian ini mengasumsikan bahwa apabila item pengungkapan CSR tidak diungkapkan dalam laporan tahunan maka perusahaan tidak melakukan aktivitas CSR sesuai dengan item tersebut.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
I Dewa Ayu Intan Pradnyadari, Abdul Rohman (2015)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen yaitu agresivitas pajak dengan menggunakan proksi Effective Tax Rate (ETR),</li> <li>• Variabel independen yaitu Corporate Social Responsibility.</li> <li>• Variabel kontrol yaitu profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), leverage (LEV), capital intensity (CAPT) dan inventory intensity (INVT).</li> </ul>	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	Kesimpulannya bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak (ETR). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan tindakan CSR dalam aktivitas operasinya, maka semakin rendah keinginan perusahaan untuk meminimalkan jumlah beban pajak yang dibayar.
Putu Maita Prasista, Ery Setiawan (2016)	Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen yaitu agresivitas pajak,</li> <li>• Variabel independen yaitu Profitabilitas dan <i>corporate social responsibility</i></li> </ul>	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, profitabilitas berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak

	Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan (studi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014)			Badan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Kedua, pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. Hal ini menunjukkan luas pengungkapan CSR suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan.
Ni Luh Putu Puspita Dewi, Naniek Noviani (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Penghindaran Pajak ( <i>Tax Avoidance</i> ) (studi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Penghindaran Pajak (<i>Tax Evoidance</i>),</li> <li>• Variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ul>	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	Hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel <i>leverage</i> berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif pada penghindaran pajak. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh secara negatif pada penghindaran pajak.
Dwi Fionasari, Enni Savitri, dan Andreas (2017)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen dalam yaitu agresivitas pajak,</li> <li>• Variabel independen yaitu pengungkapan corporate social responsibility</li> <li>• Variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (SIZE), leverage, dan pertumbuhan usaha (PBV) sebagai</li> </ul>	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Terdapat perbedaan yang signifikan nilai dari tanggung jawab social antara sektor primer, sekunder dengan tersier.
Nurchayono, Ida Kristina (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen yaitu agresivitas pajak</li> </ul>	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh

	(CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independen yaitu <i>corporate social responsibility</i> (CSR).</li> <li>• Variabel control yaitu ukuran perusahaan, ROA (return on aset), ROE (return on equity), ROS (return on sales), Pertumbuhan perusahaan dan dan Leverage.</li> </ul>	kan regresi linier berganda	negatif terhadap agresivitas pajak, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat maka cenderung tidak melakukan tindakan agresivitas pajak.
Faridatul Makhfudloh Nurul Herawati Anis Wulandari (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Perencanaan Agresivitas Pajak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel dependen yaitu agresivitas pajak</li> <li>• Variabel independen yaitu pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</li> <li>• Variable kontrol yaitu leverage (LEV), likuiditas (LIQ), Return On Asset (ROA), Ukuran Perusahaan (SIZE), Intensitas Modal (CINT)</li> </ul>	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda	Penelitian ini menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap perencanaan agresivitas pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu dimana profitabilitas dan CSR dapat berpengaruh terhadap agresivitas pajak, profitabilitas berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Kedua, pengungkapan CSR berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. Hal ini menunjukkan luas pengungkapan CSR suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Persamaan penelitian yang dilakukan saat ini adalah topik pembahasan yang mengangkat pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap agresivitas pajak dengan metode analisis yang sama yaitu menggunakan regresi linier berganda dan dengan beberapa teori yang sama. Perbedaan penelitian ini yaitu dimana sampel data yang digunakan dan menggunakan periode tahun yang berbeda.

### 2.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan dari tinjauan pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka model konseptual penelitian yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap konsep yang digunakan adalah sebagai berikut.

Gambar 2. 1

Kerangka Konsep Penelitian

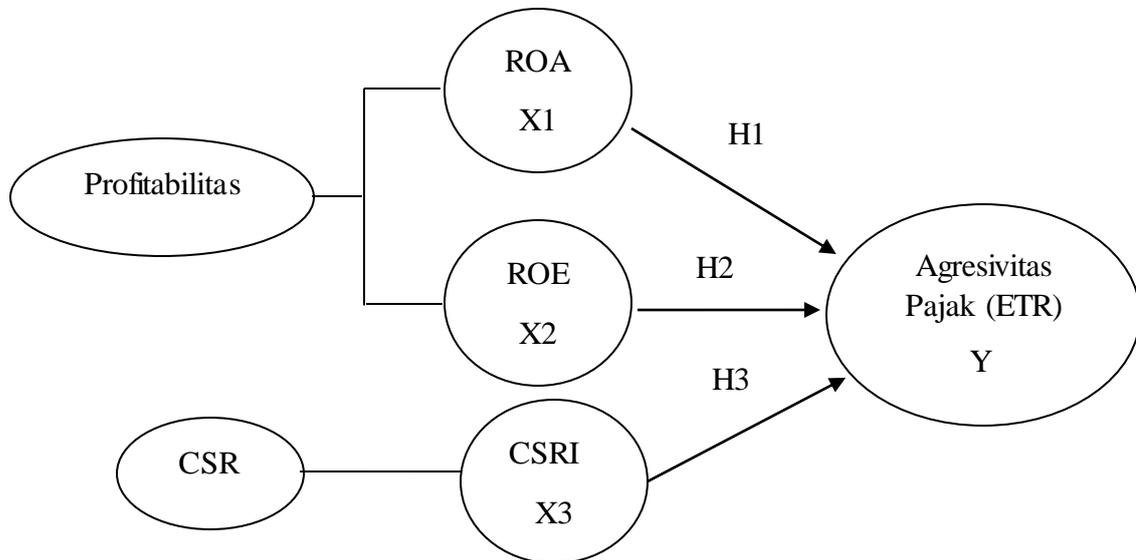
*Return on Asset (ROA)* atau tingkat pengembalian aset merupakan indikator yang mengukur seberapa baik suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Penelitian terkait yang dilakukan oleh Nugroho (2011) ; Fatharani (2012) ; dan Darmawan (2014) yang menunjukkan ROA berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan Penelitian Kurniasih dan Maria (2013) ; Maharani (2014) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

*Return On Equity (ROE)* merupakan perhitungan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. Menurut Pitaloka & Aryani (2019) ; Puspitasari (2017) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut Arianandini dan Ramantha (2018); Hidayat (2018) menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial dari pemegang kekuasaan sebuah perusahaan yang diwujudkan dengan memberikan kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Menurut Prasista dan Setiawan (2016); Pradnyadari dan Rohman (2015); Nurcahyono dan Kristina (2017); Dewi dan Noviani (2017) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh pada agresivitas Pajak. Sebaliknya menurut Makhfudloh, Herawati dan Wulandari (2018); Fionasari, Savitri dan Andreas (2017) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap perencanaan agresivitas pajak.

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai praktik perencanaan pajak dari perusahaan dengan tujuan meminimalisir besaran pajak yang harus dibayarkan. Kegiatan ini dilakukan dengan langkah-langkah yang berada pada bidang abu-abu peraturan pajak. Prasista dan Setiawan (2016) menjelaskan profitabilitas berpengaruh pada agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak. Menurut Makhfudloh, Herawati dan Wulandari (2018) ; Fionasari, Savitri, dan Andreas (2017) menjelaskan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Agresivitas pajak dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *effective tax rate (ETR)*.

**Gambar 2. 2**  
**Model Hipotesis**



## 2.4 Pengembangan Hipotesa

### 2.4.1 Pengaruh profitabilitas ROA terhadap agresivitas pajak

Profitabilitas merupakan gambaran kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aktiva yang dihitung dengan ROA. Menurut Hery (2015:228) ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan. Teori agensi akan memacu para agent untuk meningkatkan laba perusahaan. Ketika laba yang diperoleh membesar, maka jumlah pajak penghasilan akan meningkat sesuai dengan peningkatan laba perusahaan sehingga perusahaan kemungkinan melakukan *tax avoidance* untuk menghindari peningkatan jumlah beban pajak. Menurut Surbakti (2012), profitabilitas perusahaan dengan penghindaran pajak akan memiliki hubungan yang positif dan apabila perusahaan ingin melakukan penghindaran pajak maka harus semakin efisien dari segi beban sehingga tidak perlu membayar pajak dalam jumlah besar. Penelitian terkait yang dilakukan oleh Nugroho (2011) ; Fatharani (2012) dan Darmawan (2014), Prasista dan Setiawan (2016); Dewi dan Noviani (2017)

menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sebaliknya menurut Kurniasih dan Maria (2013) dan Maharani (2014) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis pertama penelitian ini adalah:

**H1 : Diduga profitabilitas ROA berpengaruh terhadap agresivitas pajak**

#### **2.4.2 Pengaruh profitabilitas ROE terhadap agresivitas pajak**

Menurut Hery (2015: 230) ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham. Perhitungan ROE dapat digunakan sebagai tolok ukur kinerja keuangan perusahaan. ROE sangat bergantung pada besar-kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relatif kecil, sehingga ROE yang dihasilkan pun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar. ROE digunakan untuk mengukur kemampuan suatu badan usaha dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham. Oleh karena itu, modal mempunyai pengaruh terhadap besar kecilnya laba yang dihasilkan perusahaan. Menurut Pitaloka & Aryani (2019) ; Puspitasari (2017) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut Arianandini dan Ramantha (2018); Hidayat (2018) menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis ke 2 penelitian ini adalah:

**H2 : Diduga profitabilitas ROE berpengaruh terhadap agresivitas pajak**

#### **2.4.3 Pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak**

Lanis & Grant (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 *stakeholder* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan. Menurut Prasista dan Setiawan (2016); Pradnyadari dan Rohman (2015); Nurcahyono dan Kristina (2017); Dewi dan Noviri (2017) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh pada agresivitas Pajak. Sebaliknya menurut Makhfudloh, Herawati dan Wulandari (2018); Fionasari, Savitri dan Andreas (2017) bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap perencanaan agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis ke 3 penelitian ini adalah:

**H3 : Diduga CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak**