

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Agresivitas Pajak telah banyak dilakukan di Indonesia dan di negara lain, dengan berbagai inovasi dan perubahan baik dalam metode penghitungan maupun sampel yang digunakan. Akan tetapi penelitian yang mengaitkan antara CSR dan Kepemilikan Keluarga dengan Agresivitas Pajak belum banyak dilakukan baik di Indonesia ataupun di negara lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Tao Zeng (2012) "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness*" menggunakan variabel dependen adalah CSR dan variabel independen adalah agresivitas pajak. Penelitian tersebut menggunakan alat uji statistik yaitu analisis regresi, menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung untuk tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara baik.

Lanis dan Richardson (2012) melakukan penelitian mengenai CSR dan agresivitas pajak yang "*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis.*" Penelitian tersebut menggunakan variabel independen yaitu CSR yang menggunakan proksi CSR Disclosure menggunakan 52 item dan variabel dependen dalam penelitian tersebut adalah agresivitas pajak yang dihitung menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Hasil dari penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin kecil tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, atau berhubungan negatif. Penelitian tersebut menggunakan sampel pada perusahaan yang berada di Australia yang terdaftar dalam Aspect-Hunley Financial Database periode 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit.



Penelitian mengenai Kepemilikan Keluarga dan Agresivitas pajak juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya adalah Chen et al (2008) “*Are Family Firms more Tax Aggressive Than Non-Family Firms?*”. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan antara perusahaan dengan kepemilikan keluarga dengan perusahaan bukan kepemilikan keluarga, manakah yang lebih mempunyai tingkat agresivitas yang tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan proporsi kepemilikan oleh keluarga cenderung memiliki tingkat agresivitas pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga, *Ceteris Paribus*. Penelitian tersebut menggunakan variabel independen perusahaan keluarga dan perusahaan non-keluarga, dan menggunakan variabel dependen agresivitas pajak.

Penelitian mengenai Perusahaan dengan kepemilikan keluarga dan agresivitas pajak juga telah diteliti oleh Martinez dan Ramalho (2014) “*Family Firms and Tax Aggressiveness in Brazil*”. Penelitian ini menggunakan variabel independen perusahaan keluarga, dengan kriteria sebagai berikut: (1) Pengendali, diukur menggunakan presentase kepemilikan saham biasa; (2) Kepemilikan, diukur dengan anggota keluarga paling tidak memiliki saham biasa pada perusahaan sebesar 5%; (3) Manajemen, diukur melalui kedudukan anggota keluarga dalam Dewan Direksi perusahaan. Sedangkan variabel dependen menggunakan agresivitas pajak, dengan proksi *Effective Tax Rates (ETR)* dan *Book Tax Difference (BTD)*. Penelitian tersebut juga menggunakan variabel kontrol diantaranya *ROA*, *Leverage (LEV)*, *Plant Property and Equipment (PPE)*, ukuran perusahaan (*SIZE*) dan *Market to Book Ratio (MB)*. Sampel dari penelitian ini menggunakan perusahaan yang berada di Brasil yang terdaftar pada BMF dan Bovespa dari tahun 2001-2012. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan proporsi kepemilikan keluarga di Brasil lebih agresif dalam melakukan perencanaan pajak dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga. Hasil tersebut terbalik dengan hasil penelitian



Chen et al (2008) dan menimbulkan berbagai spekulasi atas hasil penelitian sehingga perlu dilakukan lebih lanjut lagi penelitian mengenai perusahaan dengan kepemilikan keluarga dengan agresivitas pajak.

Untuk mendukung penelitian ini, penulis telah mengutip beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan CSR dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil penelitian
1	Tao Zeng (2012)	Corporate Social Responsibility and Tax Agressiveness	Variabel independen: agresivitas pajak Variabel dependen: corporate social responsibility	Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung untuk tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara baik
2	Lanis and Richardson (2012)	Corporate Social Responsibility and Tax Agressiveness: an empirical analysis	Variabel independen: corporate social responsibility yang menggunakan proksi CSR Disclosure menggunakan 52 item Variabel dependen: agresivitas pajak	Memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin kecil tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, atau berhubungan negatif
3	Chen et al (2008)	Are Family Firms More Tax Agressive Than Non-Family Firms?	Variabel independen: perusahaan keluarga dan perusahaan non-keluarga Variabel dependen: agresivitas pajak	Perusahaan dengan proporsi kepemilikan oleh keluarga cenderung memiliki tingkat agresivitas pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga
4	Martinez and Ramalho (2014)	Family Firms and Tax Agressiveness in Brazil	Variabel independen: perusahaan keluarga Variabel dependen: agresivitas pajak	Proporsi kepemilikan keluarga di Brazil lebih agresif dalam melakukan perencanaan pajak dibandingkan dengan perusahaan non-keluarga

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Corporate Social Responsibility*

Ide dasar CSR pertama kali diungkapkan oleh Howard R Bowen tahun 1953 yang mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan-tujuan yang hendak dicapai masyarakat di tempat perusahaannya beroperasi (Susiloadi, 2008). Crowther (2008) menjelaskan bahwa CSR merupakan konsep yang dominan dalam sebuah pelaporan bisnis, dan setiap perusahaan mempunyai aturan yang ketat terhadap implementasi CSR dan setiap perusahaan akan membuat laporan tahunan yang termuat laporan mengenai implementasi CSR dari perusahaan. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas nomor 40 tahun 2007 pasal 66 ayat 2 dimana dijelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan di Indonesia harus memuat laporan aktivitas CSR dari perusahaan tersebut. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa CSR merupakan kunci dari keberhasilan sebuah perusahaan.

Perusahaan pada saat ini seharusnya tidak hanya berorientasi pada hal menghasilkan banyak uang untuk menguntungkan bagi perusahaan dan pemilik (*single bottom line*) tetapi juga harus memperhatikan aspek lain yang sesuai dengan konsep *triple bottom line* dimana perusahaan harus memperhatikan aspek keuangan, sosial dan lingkungan. Harsanti (2011) CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi menganut pada prinsip *single bottom line* yaitu nilai perusahaan hanya berfokus pada kondisi keuangannya saja dan kewajiban ekonomi pada pemegang saham (*shareholder*) melainkan kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR, yaitu:



- a. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*). Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder is a group or an individual who can affect, or be affected by, the success or failure of an organization* (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo, dan Raymond, dalam Nor Hadi. 2011:93). Dengan demikian, stakeholder merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam dalam Hadi, 2011: 94-95).
- b. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi. 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan dalam Hadi 2011:87).
- c. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*). Teori ini muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam



lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (equality), maka perlu kontrak sosial baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi.2011:96).

2.2.2 *Kepemilikan Mayoritas*

Kepemilikan saham oleh pihak mayoritas baik dari perusahaan non publik dan keluarga di dalam perusahaan di Indonesia masih menjadi hal yang umum karena dominannya hal tersebut di dalam negara berkembang seperti Indonesia. Arifin (2003) di dalam negara berkembang, kepemilikan saham masih didominasi oleh kepemilikan keluarga termasuk di Indonesia. Fama dan Jensen (1983) dalam Hidayanti (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan kepemilikan keluarga lebih efisien daripada perusahaan yang dimiliki publik karena biaya pengawasan yang dikeluarkan atau *monitoring cost* nya lebih kecil. Sedangkan menurut Maury (2006) bahwa tingkat profitabilitas di dalam perusahaan yang dimiliki mayoritas oleh keluarga akan lebih dapat meningkat dibandingkan perusahaan non-keluarga. Miller, Miller, Lester dan Canella (2007) menjelaskan bahwa bisnis atau perusahaan non keluarga dapat lebih memaksimalkan kegunaan perusahaan secara lebih baik dibandingkan dengan perusahaan atau bisnis dengan kepemilikan keluarga.

Bisnis keluarga juga didefinisikan oleh beberapa peneliti yang diantaranya Hidayanti(2013) dalam sebuah usaha keluarga, anggota keluarga secara ekonomis tergantung pada yang lain, dan bisnisnya secara strategis dihubungkan pada kualitas hubungan keluarga. Perusahaan yang



dikendalikan oleh sebuah kelompok (negara, keluarga dan institusi) memiliki masalah keagenan yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang dikendalikan oleh publik atau perusahaan tanpa pemegang saham pengendali.

Penelitian ini menggunakan definisi mayoritas dari keluarga yang digunakan oleh Arifin (2003), yaitu semua individu dan perusahaan yang kepemilikannya tercatat (kepemilikan > 5% wajib dicatat) bukan perusahaan publik, negara institusi keuangan, dan publik (individu yang kepemilikannya tidak wajib dicatat). Dalam penelitian ini kepemilikan mayoritas oleh perusahaan non publik dihitung dari kepemilikan individu, non perusahaan publik, non BUMN, non- institusi keuangan, perusahaan afiliasi, dan perusahaan asing yang merupakan kepanjangan tangan dari perusahaan tersebut.

2.2.3 Agresivitas Pajak

Pada pertengahan antara tahun 1990 sampai 2000, banyak sekali muncul kasus agresivitas pajak yang terindikasi dalam laporan keuangan yang agresif (Lennox, Lisowsky, dan Pittman, 2012). Hlaing (2012) menjelaskan bahwa agresivitas pajak adalah tindakan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Hanlon dan Slemrod (2007) berpendapat bahwa dalam rangka meningkatkan nilai dari perusahaan, pemilik saham dan pemilik perusahaan akan meminimalisasi pajak perusahaan ditandai dengan tingkat transparansi yang lebih rendah. Sedangkan menurut Steijvers dan Niskanen (2011) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tindakan merendahkan tingkat pajak penghasilan yang tertagih melalui kegiatan manajemen pajak baik secara legal maupun illegal ataupun keduanya.

Cara mengukur perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan cara menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa ETR merupakan proksi yang banyak digunakan



pada penelitian terdahulu. Proksi ETR dinilai menjadi indikator tingkat agresivitas pajak jika nilainya mendekati nol. Semakin rendah nilai ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak dari perusahaan tersebut. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil nominalnya dibandingkan penghasilan sebelum pajak.

2.2.4 Variabel Kontrol

2.2.4.1 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu (Munawir, 2004). Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *Return On Assets* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan dalam suatu periode tertentu. Semakin tinggi ROA yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat profitabilitas perusahaan tersebut. ROA dan ETR memiliki hubungan yang positif, yang mana berarti semakin meningkat ROA sebuah perusahaan maka meningkat pula tingkat ETR, begitupun sebaliknya.

2.2.4.2 Leverage

Sartono (2001) *leverage* adalah Penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Perusahaan yang memiliki nilai leverage tinggi berarti sangat bergantung kepada pinjam ke pihak luar untuk membiayai asetnya, sedangkan perusahaan yang memiliki leverage rendah berarti membiayai asetnya dengan modal sendiri. *Leverage* dihitung dari total hutang jangka panjang dibagi dengan total asset yang tujuannya adalah menggambarkan struktur modal perusahaan dan keputusan pembiayaan perusahaan.



2.2.4.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik yang sangat penting dari perusahaan yang dijadikan variabel kontrol dalam penelitian ini. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil (Nurkhin, 2010).

Suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya yang dapat dilihat dari ukuran pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal. Semakin besar ukuran pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal maka akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat (Basyaib, 2007).

2.2.4.4 Market to Book Ratio

Market to Book Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan akan berdampak pada kepemilikan informasi yang lebih besar diantara manajemen, investor dan *agency cost* (Smith dan Watts, 1992; Gaver dan Gaver, 1993) dalam Lanis dan Richardson (2013). Manzon dan Plesko (2002) menjelaskan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan juga perlu dikontrol karena perusahaan yang sedang mengalami pertumbuhan akan lebih cenderung berinvestasi pada *taxfavored assets*.

2.3 Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan variabel independen CSR dan Kepemilikan Mayoritas, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol diantaranya

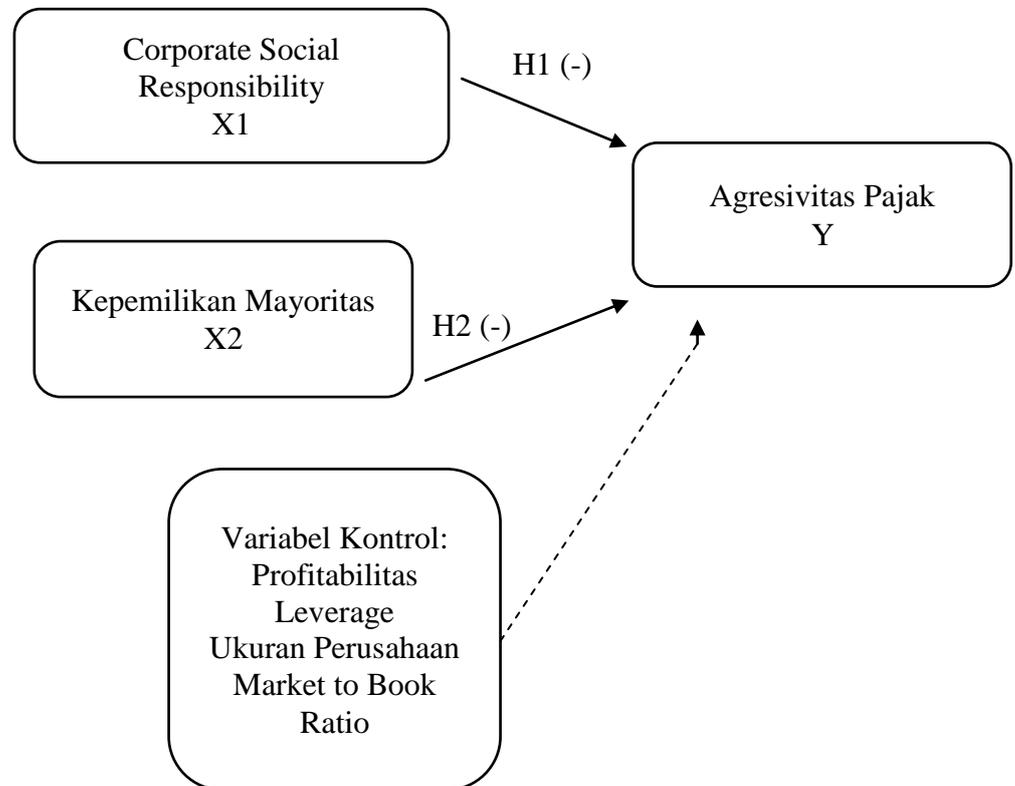
Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan *Market To Book Ratio*.

Variabel independen ditunjukkan dalam kolom sebelah kiri dengan garis panah tersambung mengarah pada kolom variabel independen sebelah kanan. Pada variabel independen CSR berpengaruh secara negatif terhadap variabel dependen yaitu agresivitas pajak, dan dijadikan sebagai hipotesis 1. Hal tersebut ditunjukkan pada keterangan H1 (-) yang berada di garis yang berarti hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak adalah negatif dan sebagai hipotesis pertama. Pada kolom variabel independen yang kedua, yaitu variabel kepemilikan mayoritas, berhubungan langsung pada variabel dependen yaitu agresivitas pajak, dengan ditandai garis menyambung. Hubungan antara variabel tersebut dengan variabel dependen adalah negatif dan dijadikan sebagai hipotesis kedua. Sebagaimana ditunjukkan dengan H2 (-) bahwa variabel tersebut berhubungan negatif dan merupakan hipotesis kedua.

Pada variabel kontrol, terdapat variabel profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan *market to book ratio* yang dijadikan dalam satu kolom sebelah kiri dan diberi tanda garis terputus mengarah ke variabel dependen yang berarti bahwa variabel tersebut mempengaruhi secara tidak langsung. Kerangka pemikiran ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



2.4 Hipotesis

Tindakan agresivitas pajak muncul karena adanya perbedaan tujuan antara pemerintah dan perusahaan sebagai wajib pajak. Oleh karena itu, perusahaan sudah seharusnya melakukan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan dalam laporan tahunan untuk mendapatkan kepercayaan dari publik. Avi-Yonah (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaannya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Sebagai wujud perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, seharusnya perusahaan tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak baik secara legal maupun illegal.

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Hal ini karena apabila perusahaan yang menerapkan CSR dan melakukan tindakan agresivitas pajak, maka perusahaan akan kehilangan nama baik di mata *stakeholder*, masyarakat dan pemerintah, serta akan menurunkan nilai dan dampak positif dari CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan.

H1: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap tindakan agresivitas pajak.

Kepemilikan saham dengan mayoritas pemilik perusahaan non publik dan keluarga, masih dominan terjadi di Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia butuh banyak investor untuk menumbuhkan perekonomian secara makro. Besarnya keuntungan dan kerugian yang didapatkan perusahaan dengan kepemilikan mayoritas dan perusahaan non-mayoritas, akan berpengaruh pada seberapa tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan kepemilikan mayoritas dengan perusahaan non-mayoritas. Perusahaan dengan kepemilikan mayoritas biasanya lebih memperhatikan reputasi dan tingkat *safety* dari segala tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, karena manajemen yang sekaligus pengendali perusahaan tersebut lebih memiliki rasa memiliki terhadap perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki manajerial dari non-pemilik mayoritas. Oleh karena itu, perusahaan dengan kepemilikan mayoritas akan lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan, termasuk masalah perpajakan karena dampaknya akan langsung dirasakan pemegang saham mayoritas sebagai pemilik sekaligus pengambil kebijakan-kebijakan perusahaan.

H2: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara kepemilikan mayoritas terhadap tindakan agresivitas pajak.

