

BAB II

KAJIAN PUSTAKA (DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS)

Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* ataupun *Corporate Governance* telah banyak dilakukan, demikian juga dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, masih sedikit penelitian yang menghubungkan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* yang dilakukan perusahaan dengan agresivitas pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoehana (2013) yang berjudul yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak”. Pada penelitian tersebut variabel dependen yang digunakan adalah 2 proksi ETR dan BTD, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *corporate social responsibility* dengan menggunakan analisis regresi OLS. Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Jessica dan Toly (2014) yang berjudul yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas pajak”. Dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak. Namun jika pengungkapan pajak diuji secara bersama-sama dengan variabel kontrol antara lain ukuran perusahaan, *Leverage*, *Capital Intensity*, *Research & Development Intensity*, *Return on Assets* menunjukkan terdapat pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon (2016) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Komisaris Independen, dan Rasio TOB-IN Q* terhadap *Tax Avoidance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Permasalahan penelitian ini apakah *corporate social responsibility, profitabilitas, komisaris independen, dan rasio TOB-IN Q* berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Dengan tujuan memperoleh bukti empiris apakah *corporate social responsibility, profitabilitas, komisaris independen, dan rasio TOB-IN Q* berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Populasi penelitian ini seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014 sebanyak 141 perusahaan. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sebanyak 34 perusahaan. Data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan yang didownload melalui situs resmi www.idx.co.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan CSR, profitabilitas, komisaris independen, dan rasio tobin q memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax avoidance*. Hal ini dapat dilihat dari nilai F-hitung $5,340 > F\text{-tabel } 2,49$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sedangkan secara parsial CSR ($0,874 > 0,05$), komisaris independen ($0,577 > 0,05$), dan rasio tobin q ($0,323 > 0,05$) tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Dan profitabilitas ($0,041 < 0,05$) berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Kesimpulan penelitian ini adalah adanya pengaruh CSR, komisaris independen, profitabilitas, dan rasio tobin q terhadap *tax avoidance* secara bersama-sama. Sedangkan secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Jati (2014) yang berjudul yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Eksekutif, Karakteristik perusahaan dan dimensi tata kelola perusahaan yang baik pada *Tax Avoidance* di Bursa Efek Indonesia”. Penelitian ini melihat dari sistem digunakan di Indonesia yaitu *Self Assesment System*. Ketidakpatuhan wajib pajak dapat menyebabkan upaya penghindaran pajak yang marak terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakter eksekutif, karakteristik perusahaan, dan tata kelola perusahaan yang baik terhadap *tax avoidance*. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa risiko perusahaan, kualitas

audit, dan komite audit berpengaruh terhadap *tax avoidance* masing-masing sebesar 0,012, 0,005, dan 0,017.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2013) yang berjudul “Pengaruh Struktur *Corporate Governance*, *Size*, Profitabilitas Perusahaan terhadap Tax Avoidance”. Dalam penelitian ini dalam mengukur *Tax Avoidance* menggunakan CASH ETR yang merupakan rasio pembayaran pajak secara kas (*Cash taxes paid*) atas laba perusahaan sebelum pajak penghasilan (*pretax income*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan SPSS 17.0. Hasil uji regresi menunjukkan variabel komite audit, kualitas audit dan latar belakang pendidikan kepemilikan manajerial, kepemilikan institutional, *size*, dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *taxavoidance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Christiawan (2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh *Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Leverage* terhadap praktik penghindaran pajak”. Praktik penghindaran pajak merupakan kegiatan yang berkenaan dengan peraturan suatu peristiwa yang dilakukan oleh wajib pajak (berhasil maupun tidak) untuk mengurangi / sama sekali menghapus utang pajak yang ditimbulkannya. Meminimalisasi beban pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara, yang masih tetap berada dalam bingkai ketentuan perpajakan ataupun yang melanggar peraturan perpajakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *corporate governance* (CG), *corporate social responsibility* (CSR), dan *leverage*, terhadap praktik penghindaran pajak pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan masuk dalam peringkat CGPI (2012-2014). Metode pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* sesuai dengan criteria yang ditentukan. Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 19 perusahaan dengan 41 data. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis data terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian pada model regresi linier berganda diketahui beberapa hal, sebagai berikut: (1) variabel CG berpengaruh positif dan secara statistik

signifikan terhadap praktik penghindaran pajak, (2) variabel CSR berpengaruh negatif dan secara statistik signifikan terhadap praktik penghindaran pajak, dan (3) variabel *leverage* berpengaruh negatif dan secara statistik signifikan terhadap praktik penghindaran pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Armstrong, Blouin, dan Jagolinzer (2015) yang berjudul “*Corporate Governance, Incentives, and Tax Avoidance*”. Peneliti menemukan hubungan positif antara kemandirian papan dan kecanggihan keuangan untuk tingkat rendah penghindaran pajak, tetapi hubungan negatif tingkat tinggi penghindaran pajak dengan menggunakan regresi kuantil. Hasil ini menunjukkan bahwa atribut pemerintahan ini memiliki hubungan kuat dengan tingkat yang lebih ekstrim dari penghindaran pajak, yang lebih mungkin gejala kelebihan dan kekurangan investasi oleh manajer.

Penelitian yang dilakukan oleh Watson pada tahun 2011 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits*” memberikan bukti bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan secara konsisten dapat mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan di Amerika Serikat pada tahun 2007-2008 dengan menggunakan analisis regresi berganda *Ordinary Least Square (OLS)*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diukur dengan mengumpulkan data CSR dari *KLD STATs database* dimana KLD menyediakan nilai bulat dari “*strength*” dan “*concern*” yang terbagi dalam tujuh kategori yang terbagi lagi menjadi 100 subkategori atau item. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak perusahaan yang diprosikan dalam UTBs (*Unrecognized Tax benefits*). Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini antara lain profitabilitas (ROA), *leverage (LEV)*, *foreign income (FI)*, *sales growth ($\Delta SALES$)*, *research and development expense (R&D)*, adanya kerugian fiskal dari operasi bersih (NOL). Ukuran perusahaan (natural log of assets, SIZE), dan pertumbuhan (market-to-book ratio, MB).

Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012 yang berjudul “*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis*” memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak

yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan publik Australia yang terdaftar dalam *Aspect-Huntley Financial Database* periode tahun 2008-2009 dengan menggunakan analisis regresi tobit. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diproksikan dalam *CSR disclosure* yang terbagi dalam 52 item.

Peneliti mengadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Aldair Christiawan (2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Leverage terhadap praktik penghindaran pajak”. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, peneliti menggunakan proksi kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dan kualitas audit untuk mengukur corporate governance, untuk agresivitas pajak peneliti menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*, dan untuk sampel, peneliti memilih mencari dari salah satu sektor perusahaan (Sektor Industri Barang Konsumsi) yang berada di dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2015.

Landasan Teori

Teori Legitimasi

Teori legitimasi penting bagi organisasi karena teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang dapat ditimbulkan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Dalam pernyataan Gray et al (1995) sebagai berikut :

—... a condition or status which exists when an entity value system is congruent with value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity actual or potential exist between that two value system, there is a threat to entity legitimacy.

Teori legitimasi didasarkan pada adanya kontak sosial antara sebuah institusi dengan masyarakat, dimana diperlukan sebuah tujuan institusi yang kongruen dengan nilai-nilai yang ada didalam sebuah masyarakat. Menurut teori

ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan dan Brown, 1996 dalam Sagala 2015).

Legitimasi diterima dengan menunjukkan kinerja perusahaan yang sesuai dengan nilai sosial. Teori legitimasi menyatakan kinerja lingkungan yang lemah meningkatkan ancaman legitimasi sosial perusahaan sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan dalam laporan tahunan. Semua perusahaan pada akhirnya memberikan output dari operasinya kepada masyarakat, baik melalui distribusi manfaat ekonomi, maupun manfaat sosial.

Praktik-praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dapat dipandang sebagai suatu usaha untuk memenuhi harapan-harapan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan yang berusaha untuk menyelaraskan aktivitas perusahaan dengan norma-norma yang ada di dalam masyarakat dan mengantisipasi terjadinya *legitimacy gap* dapat dianggap sah dalam masyarakat dan dapat terus bertahan hidup. (Sagala, 2015)

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* memprediksi manajemen memperhatikan ekspektasi dari *stakeholder* yang berkuasa, yaitu *stakeholder* yang memiliki kuasa mengendalikan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan (Deegan, 2000 dalam Jessica dan Toly, 2014). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Agar perusahaan mampu berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan membutuhkan dukungan dari para *stakeholder*-nya. Untuk membuat keputusan dibutuhkan informasi, salah satunya adalah informasi yang berhubungan dengan

aktivitas tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan (Ardian, 2013 dalam Jessica dan Toly, 2014). Menurut teori *stakeholder*, meningkatkan CSR membuat perusahaan lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu CSR harus dilakukan oleh semua perusahaan (Cheers, 2011 dalam Nugraha, 2015).

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. (Nugraha, 2015)

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan mengenai adanya hubungan antara pihak pemberi kewenangan (*principal*) dengan pihak yang penerima kewenangan (*agent*). Luayyi (2010) dalam Nugraha (2015) menyebutkan bahwa dalam teori agensi atau keagenan terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh, sehingga kadang kala manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut baik cara yang baik ataupun cara yang merugikan banyak pihak.

Menurut Samuelson (2011) dalam Nugraha (2015) asimetris informasi antara manajer dan pemilik perusahaan dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

1. Adverse Selection

Adverse selection mengungkapkan adanya perbedaan informasi yang dimiliki pihak *principle* dengan pihak *agent*. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak yang memiliki informasi lebih sedikit. Misalnya *agent* memanipulasi atau menyembunyikan informasi keadaan perusahaan kepada *principle*. Akibatnya *principle* merasa tidak yakin dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya jika dibandingkan antara informasi yang diberikan *agent* dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi *principle* dan perusahaan.

2. Moral Hazard

Moral hazard mengungkapkan adanya bentuk penyelewengan yang dilakukan oleh *agent* yang tidak sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang disepakati antara *principle* dan *agent*. Hal ini bias disebabkan karena adanya kegiatan *agent* yang tidak sesuai dengan harapan *principle* sehingga *agent* dapat melakukan manipulasi atau tindakan yang tidak sesuai dengan norma. *Moral hazard* biasanya dilakukan demi keuntungan pribadi bagi *agent*.

Perbedaan kepentingan antara *principle* dan *agent* dapat mempengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak perusahaan. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* memberikan wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Penggunaan

sistem ini dapat memberikan kesempatan bagi *agent* untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan semakin kecil. Hal ini dilakukan pihak *agent* karena adanya asimetris informasi dengan pihak *principle* sehingga *agent* dapat mengambil keuntungan tersendiri diluar kesepakatan kerjasama dengan *principle* karena adanya manajemen pajak yang dilakukan *agent*.

Terdapat beberapa cara untuk mengontrol tindakan *agent* terkait dengan kegiatan manajemen pajak yang dilakukan, yaitu dengan mengevaluasi hasil laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan dibandingkan dengan tindakan agresivitas pajak yang mungkin dilakukan *agent*. Rasio yang digunakan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* yang dibandingkan ETR perusahaan yang didapat dari beban pajak dibanding laba sebelum pajak. Sebuah perusahaan tergolong besar jika memiliki total aset yang besar pula. Total aset perusahaan dapat bertambah atau meningkat seiring dengan besarnya laba yang dihasilkan perusahaan. Total aset juga terus bertambah mengikuti semakin besarnya liabilitas dan ekuitas perusahaan karena mengharuskan adanya keseimbangan antara aset dengan liabilitas dan ekuitas. Semakin besar laba yang dihasilkan berarti semakin besar pula pendapatan kena pajak dan semakin besar pajak yang seharusnya dibayarkan namun bisa saja *agent* melakukan manipulasi sehingga harus dibandingkan dengan besarnya ETR perusahaan.

Agresivitas Pajak (*Tax Agresivitas*)

Menurut Hlaing (2012) dalam Nugraha (2015) agresivitas pajak didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Sementara Hanlon dan Heitzman (2010) dalam Nugraha (2015) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai tingkat yang paling akhir dari spectrum serangkaian perilaku perencanaan pajak.

Agresivitas pajak dapat diukur dengan berbagai cara. Menurut Sari dan Martani (2010) agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR), *cash effective tax rate* (CETR), *book-tax difference Manzon-Plesko* (BTD_MP), *book-tax difference desai-Dharmapala* (BTD_DD) dan *tax planning* (TAXPLAN).

Lanis dan Richardson (2012) menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak dengan alasan beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengindikasikan adanya agresivitas pajak dalam perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Setiap perusahaan yang melakukan agresivitas pajak sudah semestinya mendapatkan sanksi karena tindakan yang mereka lakukan sangat merugikan masyarakat luas. Dalam Undang-Undang Perpajakan Indonesia dikenal dua macam sanksi, yakni sanksi administrasi dan sanksi pidana. Aris Aviantara & associates (2010) dalam Pradnyadari (2015) menjelaskan perbedaan antara sanksi administrasi dan sanksi pidana menurut Undang-Undang Perpajakan antara lain :

1. Sanksi Administrasi : merupakan pembayaran kerugian pada negara, khususnya yang berupa bunga dan kenaikan. Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi administrasi, yaitu : denda, bunga, kenaikan.
2. Sanksi Pidana : merupakan siksaan dan penderitaan, menurut ketentuan dalam Undang-Undang Perpajakan ada 3 macam sanksi pidana : denda pidana, kurungan, dan penjara.
3. Denda Pidana. Berbeda dengan sanksi berupa denda administrasi yang hanya diancam atau dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan peraturan perpajakan, sanksi berupa denda pidana selain dikenakan kepada wajib pajak ada juga yang diancam kepada pejabat pajak atau kepada pihak ketiga yang melanggar norma. Denda pidana dikenakan kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran maupun bersifat kejahatan.
4. Pidana kurungan. Pidana kurungan hanya diancam kepada tindak pidana yang bersifat pelanggaran. Dapat ditujukan kepada wajib pajak, pihak ketiga.
5. Pidana penjara. Pidana penjara sama halnya dengan pidana kurungan, merupakan hukuman perampasan kemerdekaan. Pidana penjara diancam terhadap kejahatan. Ancaman pidana penjara tidak ada yang ditujukan kepada pihak ketiga, adanya kepada pejabat dan kepada wajib pajak.

Pada dasarnya, pengesahan kebijakan, pembuatan peraturan dan pengenaan sanksi bertujuan untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, penting juga bagi wajib pajak untuk mengetahui sanksi perpajakan yang diberlakukan sehingga mengetahui konsekuensi apa yang akan diterima jika tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk timbal balik kepada masyarakat terhadap aktifitas operasi perusahaan agar mendapatkan respon baik dari masyarakat. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008 dalam Yoehana 2013). Lanis dan Richardson (2012 dalam Sagala 2015) menyatakan bahwa CSR merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Sejak pertengahan 1990-an gagasan CSR telah dikaitkan dengan hal '*corporate citizenship*' 'keberlanjutan perusahaan', dan '*triple bottom line*'. Istilah *corporate citizenship* menggambarkan keterlibatan perusahaan dengan *stakeholder* daripada pemegang saham saja. Keberlanjutan perusahaan mengacu pada perilaku perusahaan yang mungkin mempengaruhi perkembangan berkelanjutan yaitu, aktivitas perusahaan yang menciptakan peluang untuk pembangunan berkelanjutan. *Triple bottom line* biasanya mengacu pada keseimbangan dan kenaikan yang sama dalam kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah bisnis (Bichta, 2003 dalam Yoehana 2013).

Di Indonesia sendiri, program CSR mulai bermunculan seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari kedua pasal diatas dapat disimpulkan bahwa pemerintah Indonesia juga mendukung adanya program CSR yang dilakukan perusahaan. CSR akan lebih berdampak positif jika ada andil dari pihak luar, dalam hal ini pemerintah. Studi Bank Dunia menunjukkan peran pemerintah yang terkait dengan CSR menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi dan mendukung kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain (Howard Fox, 2002 dalam Pradnyadari, 2015).

Corporate Social Responsibility Disclosure

Pentingnya *CSR disclosure* atau pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan melakukan CSR (Kamil dan Herusetya, 2012). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Mathews, 1995 dalam Sudana dan Arlindania, 2011). Pengungkapan CSR perusahaan melalui berbagai macam media dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* dan juga untuk

menjaga reputasi. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan (Harmoni dan Andriyani, 2008).

Chariri (2008) menyatakan bahwa ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Berdasarkan review dan sintesis yang dilakukan oleh Deegan (2002) dalam Chariri (2008), dapat dilihat bahwa alasan dilakukannya pengungkapan antara lain:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. Namun demikian menurut Deegan (2000), alasan ini sebenarnya bukan alasan utama yang ditemukan di berbagai karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan (Deegan, 2000).
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini praktik PSL memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan “hal yang benar” dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama (Friedman, 1962).
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak yang tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan (Hasan, 1998; Donaldson dan Preston 1995; Freeman dan Reed 1983) tidak peduli dengan *cost* yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.
- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman.
- e. Untuk mematuhi harapan masyarakat, yang didasarkan pada pandangan bahwa kepatuhan terhadap “ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi” (atau “kontrak sosial”) tergantung dari penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan (Deegan 2002).
- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

- g. Untuk memmanage kelompok *stakeholder* tertentu yang mempunyai *powerful* (Ullman 1985; Robert 1992; Evan dan Freeman 1988; Neu et al 1998).
- h. Untuk menarik dana investasi. Pihak yang bertanggung jawab dalam meranking organisasi tertentu untuk tujuan portofolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.
- i. Untuk mematuhi persyaratan tertentu, atau *code of conduct* tertentu.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Banyak organisasi yang berusaha memenangkan penghargaan tersebut dengan harapan memperbaiki *image* positif perusahaan.

CSR Disclosure Index

Di Indonesia, sampai sejauh ini belum ada standar khusus yang mengatur tentang pelaporan pertanggungjawaban sosial (*CSR disclosure*). Hal ini disebabkan karena sulitnya mengukur biaya dan manfaat sosial perusahaan di masa depan. Sehingga perusahaan dapat merancang sendiri bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosialnya pada publik.

Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya 3 dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari ketiga dimensi tersebut diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu: ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kerangka pelaporan GRI mengandung isi yang bersifat umum dan sektor yang bersifat spesifik, yang telah disetujui oleh berbagai pemangku kepentingan di seluruh dunia dan dapat diaplikasikan secara umum dalam melaporkan kinerja berkelanjutan dari sebuah organisasi (Sudana dan Arlindania, 2011).

Akan tetapi, menurut Ahmad Nurkhin (2007) dalam Sudana dan Arlindania (2011) indikator yang dikemukakan GRI dinilai kurang tepat digunakan dalam penelitian di Indonesia karena item-item dalam kategori GRI cakupannya terlalu dalam dan bersifat khusus, sedangkan di Indonesia kegiatan CSR yang dilakukan masih bersifat umum. Indikator lain yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah indikator yang dipakai oleh Sembiring tahun 2005 yang terdiri atas tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Sembiring (2005) menyatakan bahwa kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996).

Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 79 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda.

Dengan menggunakan instrumen pengukuran yang mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005), diharapkan akan lebih banyak item pengungkapan yang dapat teridentifikasi dalam penelitian ini. Sehingga akan lebih dapat menggambarkan bagaimana pengaruh pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia terhadap agresivitas pajak.

Good Corporate Governance

Cadbury Committe, seperti dikutip oleh *Forum for Corporate In Indonesia* (FCGI) menjelaskan bahwa *Corporate Governance* atau Tata Kelola Perusahaan adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak

dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan (Sihaloho dan Pratomo, 2014).

World Bank mendefinisikan *corporate governance* dalam konteks internasional sebagai hal yang menyatukan hukum, peraturan, dan praktik sektor swasta yang tepat. *Corporate governance* memungkinkan perusahaan untuk menarik sumber daya manusia dan modal, berkinerja efisien, sehingga secara jangka panjang akan menghasilkan nilai ekonomis yang terus menerus bagi pemegang saham dan masyarakat secara keseluruhan. Ernst & Young mengatakan bahwa *corporate governance* terdiri atas sekumpulan mekanisme yang saling berkaitan, terdiri atas pemegang saham institusional, dewan direksi, dewan komisaris, para manajer yang dibayar berdasarkan kinerjanya, pasar sebagai pengendali perusahaan, struktur kepemilikan, struktur keuangan, investor terkait dan persaingan produk.

Corporate governance timbul sebagai upaya untuk mengatasi perilaku manajemen dari sikap mementingkan diri sendiri bertujuan untuk menciptakan pengawasan dalam perusahaan yang memastikan adanya optimalisasi atas pemenuhan kepentingan stakeholder serta menciptakan efisiensi bagi perusahaan. Menurut Michelon (2010) dalam Meilinda (2013) esensi dari *corporate governance* adalah peningkatan kinerja perusahaan melalui pemantauan kinerja manajemen dan adanya akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholders* serta pemangku kepentingan lainnya, berdasarkan kerangka aturan dan peraturan yang berlaku. Dengan diterapkannya *good corporate governance*, perusahaan akan mendapatkan manfaat, antara lain perbaikan dalam komunikasi, minimalisasi potensi benturan, fokus pada strategi-strategi utama, peningkatan dalam produktivitas dan efisiensi, kesinambungan manfaat (*sustainability of benefits*), promosi citra korporat (*corporate images*), dan perolehan kepercayaan investor.

Prinsip-prinsip Good Corporate Governance

Secara umum, prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* terdiri dari :

1. *Fairness* (keadilan), menjamin perlindungan hak-hak pemegang saham, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.

2. *Transparency* (transparansi), mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, tepat waktu, serta jelas dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelola perusahaan dan kepemilikan perusahaan.
3. *Accountability* (akuntabilitas), menjelaskan peran dan tanggungjawab serta mendukung usaha menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh Dewan Komisaris.
4. *Responsibility* (pertanggungjawaban), memastikan dipatuhinya peraturan-peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cermin dipatuhinya nilai-nilai sosial.

Manfaat dan Tujuan *Corporate Governance*

Menurut *Forum Corporate Governance Indonesia* penerapan *corporate governance* memberikan empat manfaat, yaitu:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi perusahaan, serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga akan meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
4. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholder's value* dan dividen.

Undang-undang RI Tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 1 tahun 1995 yang telah diperbaharui dengan Undang-undang No. 40 tahun 2007 merupakan kerangka paling penting bagi perundang-undangan yang ada mengenai *corporate governance* di Indonesia. Berdasarkan UUPT, suatu perusahaan adalah suatu badan hukum tersendiri dengan Direksi Komisaris yang mewakili perusahaan.

Indonesia menganut system *dual board* dalam struktur organisasi internalnya, dimana adanya pemisahan fungsi dari board tersebut, yaitu fungsi pengambilan kebijakan dan fungsi pengawasan. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) berfungsi sebagai pengambilan keputusan tertinggi yang menentukan

arah, tujuan dan keberlangsungan perseroan; Direksi merupakan pelaksana operasional dan atau mandataris RUPS; sedangkan dewan komisai adalah lembaga pengawas Direksi, FCGI (2000) dalam Utami (2013).

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham oleh institusi pendiri perusahaan, bukan institusi pemegang saham public yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh investor institusi intern, Sujoko (2007) dalam fadhilah (2014)

Adanya tanggung jawab perusahaan kepada pemegang saham, maka pemilik institusional memiliki intensif untuk memastikan bahwa manajemen perusahaan membuat keputusan yang akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Agresifitas pajak mengarah pada penghematan pajak, itu juga menyebabkan sebuah perusahaan potensial dikenakan sanksi oleh IRS terkait biaya pelaksanaan dan biaya agency, Chen (2008) dalam fadhilah (2014). Fokus pada pengungkapan suka rela menemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan institusional yang lebih besar memungkinkan untuk mengeluarkan, meramalkan dan memperkirakan sesuatu lebih spesifik, akurat dan optimis, Khurana (2009) dalam fadhilah (2014)

Komisaris Independen

Komisaris Independen adalah anggota komisaris yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota komisaris lainnya, anggota dewan direksi, dan pemegang saham pengendali.

Komisaris independen berjumlah proporsional dengan jumlah saham yang dimiliki oleh non-pemegang saham pengendali. Ketentuannya adalah jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya harus 30% dari seluruh anggota komisaris. Komisaris independen juga dapat merangkap sebagai ketua komite audit. Syarat-syarat untuk menjadi komisaris independen adalah sebagai berikut:

- a. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali dari perusahaan tercatat yang bersangkutan.
- b. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan direktur atau dengan komisaris lainnya dari perusahaan tercatat yang bersangkutan.

- c. Tidak bekerja rangkap sebagai direktur di perusahaan lain yang terafiliasi dengan perusahaan tercatat yang bersangkutan.
- d. Memahami peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal.

Pemegang saham pengendali adalah pemegang saham yang memiliki 20% atau lebih saham perusahaan atau yang memiliki kemampuan untuk menentukan, baik secara langsung maupun tidak langsung, pengelolaan atau kebijakan perusahaan meskipun jumlah saham yang dimiliki kurang dari 20%.

Dewan komisaris wajib memberikan rekomendasi perbaikan atau saran dan menyampaikannya kepada seluruh anggota direksi perusahaan tercatat yang bersangkutan, selambat-lambatnya 7 hari kerja setelah dewan komisaris menerima laporan akhir hasil penelaahan komite audit dengan melampirkan hasil penelaahan tersebut. Mohamad (2008)

Kualitas Audit

Kualitas Audit didefinisikan sebagai persepsi para pemakai laporan keuangan audit tentang KAP yang mengaudit laporan keuangan tersebut, Isnugrahadi dan Kusuma (2009) dalam Utami (2013)

Kualitas audit didasarkan pada besar kecilnya KAP yang melakukan audit. Jika perusahaan diaudit oleh KAP *Big Four*, maka akan lebih independen karena dapat lebih berahan dari tekanan manajer.

Kualitas audit diukur dengan menggunakan variable dummy, dimana perusahaan yang diaudit oleh KAP *Big Four* (PWC, Deloitte Touche Tohmatsu, KPMG, Ernst & Young) akan diberi skor 1 dan jika diaudit oleh selain KAP *Big Four* diberi skor 0, Rachmawati dan Triatmoko (2007) dalam Utami (2013). Di Indonesia KAP *Big Four* berafiliasi dengan KAP Tanuredja, Wibisana & Rekan, KAP Osman Bing Satrio, KAP Purwantono, Suherman dan Surja, dan KAP Sidhartan & Widjaja.

Hubungan antar Variabel Penelitian

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan CSR jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Apabila pembayaran pajak penghasilan badan hanyalah dianggap sebagai sebuah transaksi bisnis dan salah satu biaya perusahaan, mungkin tujuan perusahaan tersebut adalah untuk meminimalkan jumlah pajak terutang sebanyak mungkin. Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa dengan demikian dalam membayar pajak, perusahaan seharusnya memiliki beberapa pertimbangan etika untuk masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Seharusnya perusahaan tidak berkeinginan untuk meminimalkan pajak baik dengan cara legal maupun ilegal sebagai wujud bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab terhadap masyarakat.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa apabila perusahaan dianggap menghindari pajak, umumnya tidak dianggap membayar "saham wajarnya" berupa pajak penghasilan badan kepada pemerintah yang digunakan untuk membantu menanggung pembiayaan barang publik. Hal ini tentunya dapat memperburuk reputasi perusahaan di mata *stakeholdernya*. Tidak hanya itu, dampak yang paling buruk adalah berhentinya operasi bisnis perusahaan (Williams, 2007; Erle, 2008; Hartnett, 2008 dalam Lanis dan Richardson, 2012). Watson (2011) juga mengatakan bahwa perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial akan menghadapi dampak buruk seperti harga saham yang turun karena investor cenderung menjual saham pada perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial atau enggan untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tidak hanya itu, Watson (2011) menambahkan bahwa dampak buruk yang diperoleh perusahaan karena melanggar norma sosial adalah jumlah penjualan yang turun karena masyarakat yang tahu tentang pentingnya CSR memboikot produk perusahaan tersebut dan cenderung enggan untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak

memberikan dampak buruk yang signifikan bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa dengan demikian sebuah perusahaan yang terlibat dalam kebijakan agresif pajak secara sosial tidak bertanggung jawab. Keputusan perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan berkeinginan untuk mengurangi kewajibannya secara sah dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR, sebagai tambahan pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar. Harari, et.al. (2012) mengatakan bahwa mengingat pentingnya kebijakan pajak untuk kehidupan sosial tampaknya masuk akal untuk tidak menyertakan praktik perencanaan agresif pajak ke dalam unsur tanggung jawab sosial perusahaan.

William dalam Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sulit untuk membedakan antara CSR yang dilakukan dengan motif altruistik dengan CSR yang dilakukan dengan tujuan untuk menguntungkan reputasi perusahaan. Sebaliknya, banyak aksi perusahaan yang dilakukan dengan motif ganda. Oleh karena itu penting dalam mempertimbangkan bagaimana CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak tanpa membuat setiap upaya untuk membedakan antara tindakan yang diambil karena perusahaan benar-benar ingin bertanggung jawab maupun tindakan yang diambil karena tujuan tertentu. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Hal ini karena apabila perusahaan yang menjalankan CSR bertindak agresif terhadap pajak, maka akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasi di mata *stakeholdernya* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilakukan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Hubungan antara Kepemilikan Institusional dengan agresivitas pajak

Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena adanya kepemilikan institusional akan meningkatkan pengawasan yang lebih optimal karena dianggap mampu memonitor setiap

keputusan yang diambil oleh para manajer secara efektif. Dengan tingginya tingkat kepemilikan institusional maka semakin besar tingkat pengawasan kepada manajerial sehingga mengurangi konflik kepentingan manajemen dan mengurangi peluang terjadinya penghindaran pajak. Fadhilah (2014)

Pohan (2008) dalam Oktaviani (2015) dalam penelitiannya menemukan kepemilikan institusional berpengaruh negative terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini membuktikan semakin besar kepemilikan institusi maka semakin baik kualitas *corporate governance* dan semakin kecil kemungkinannya adanya penghindaran pajak karena keberadaan institusi mampu menjadi alat monitoring efektif bagi perusahaan.

H2 : Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap agresifitas pajak

Hubungan antara Dewan Komisaris Independen dengan agresivitas pajak

Komisaris independen didefinisikan sebagai seorang yang tidak terafiliasi dalam segala hal dalam pemegang saham pengendali. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan direksi atau dewan komisaris, serta tidak menjabat sebagai direktur pada suatu perusahaan yang terkait.

Kehadiran komisaris independen dalam dewan komisaris mampu meningkatkan pengawasan kinerja direksi. Dimana dengan semakin banyak komisaris independen maka pengawasan manajemen akan semakin ketat. Manajemen kerap kali bersifat oportunistik dimana mereka memiliki motif untuk memaksimalkan laba bersih agar meningkatkan bonus. Laba selama ini dijadikan indikator utama keberhasilan manajer. Salah satu cara meningkatkan laba bersih adalah mengurangi biaya-biaya termasuk pajak dengan begitu manajemen akan berusaha untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan. Diharapkan semakin besar proporsi komisaris independen dapat meningkatkan pengawasan sehingga dapat mencegah penghindaran pajak perusahaan yang dilakukan oleh manajemen. Sari (2014) dalam Oktaviani (2015)

Penghindaran pajak dapat menyebabkan turunnya kredibilitas perusahaan jika tindakan tersebut diketahui oleh pihak berwenang. Dengan adanya dewan

komisaris independen, maka manajemen perusahaan akan diawasi agar tidak terjadinya penghindaran pajak. Agusti (2014)

H3 : Dewan Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Hubungan antara Kualitas Audit dengan agresivitas pajak

Audit merupakan elemen penting dalam *corporate governance* yang erat kaitannya dengan salah satu prinsip *corporate governance* yaitu transparansi. Perusahaan public semakin menuntut adanya transparansi pada laporan keuangan. Pengukuran kualitas audit dapat menggunakan proksi yaitu ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP). Winata (2014) dalam Oktaviani (2015)

Auditor yang mempunyai kualitas tinggi mempunyai profitabilitas yang lebih tinggi untuk mencegah dan mendeteksi praktik-praktik akuntansi yang dipertanyakan, serta melaporkan *error* dan *irregularities*. Isnugrahadhi dan Kusuma (2009) dalam Untari (2013)

Reputasi auditor yang lebih baik pada masa lalu bisa saja digunakan oleh klien yang memiliki proyek yang berisiko tinggi dan tidak terlalu menguntungkan sebagai sinyal bahwa proyek perusahaan tidak seberisiko yang terlihat, Widiastuty dan Febrianto (2010) dalam Untari (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah (2014) menemukan bahwa kualitas audit berpengaruh negative terhadap penghindaran pajak. Hal ini berarti laporan keuangan yang diaudit oleh KAP *The Big Four* dimungkinkan berpotensi kecil dalam menyalahi undang-undang, termasuk undang-undang perpajakan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas yang diaudit KAP *The Big Four* akan memperkecil penghindaran pajak yang dilakukan oleh manajemen.

H4 : Kualitas Audit berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Kerangka Pemikiran

Berlandaskan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar berikut.

Gambar 2.1. Hubungan Antar Variabel Penelitian



