

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Metode Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Issam Laguir, Raffaele Stagliano, Jamal Elbaz (2015) Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness?	Kuantitatif	CSR Sosial Dimension, CSR Governance Dimension, CSR Economic Dimension, CSR Environmental Dimension, Tax Aggressiveness	Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan bergantung pada sifat dari kegiatan CSR yang dilakukannya. Semakin tinggi tingkatan dimensi sosial CSR, semakin rendah tingkatan agresivitas pajak, sedangkan CSR semakin tinggi tingkat ekonominya dimensi semakin tinggi tingkat agresivitas pajak.
2.	Lie Liana Permata Sari, Agustinus Santosa Adiwibowo (2017) Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, CSR Dimensi Ekonomi, CSR Dimensi Sosial, Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR, CSR Dimensi Ekonomi, CSR Dimensi Sosial secara simultan mempengaruhi penghindaran pajak
3.	Annastasya Wahyuningtyas Pratiwi, Endang Kiswara (2019) Pengaruh Tanggungjawab Sosial, Dimensi-dimensinya, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, Dimensi CSR, Leverage, Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada model regresi pertama tanggungjawab sosial dan leverage berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan model regresi kedua menunjukkan bahwa dimensi sosial ekonomi tanggungjawab sosial dan leverage berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
4.	Nurchayono, Ida Kristiana (2017) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan yang	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini adalah tanggungjawab sosial perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

	Terdaftar di BEI			
5.	Dwi Fionasari, Enni Savitri, Andreas (2017) Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, Agresivitas Pajak	Hasil penelitian membuktikan bahwa pengungkapan corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
6.	Faridatul Makhfudloh, Nurul Herawati, Anis Wulandari (2018) Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Perencanaan Agresivitas Pajak	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, Perencanaan Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap perencanaan Agresivitas Pajak
7.	Isromi Rizki Nestiti, Deannes Isyнуwardhana (2020) Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak	Kuantitatif	Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Leverage, Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, namun uji parsial menunjukkan bahwa variabel independen profitabilitas dan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen agresivitas pajak, sedangkan variabel independen leverage berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak.
8.	Amalia Maradian, Moh Didik Ardiyanto (2019) Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility Dimensi Ekonomi, Corporate Social Responsibility Dimensi Lingkungan, Corporate Social Responsibility Dimensi Sosial, Agresivitas Pajak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dimensi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak, CSR dimensi Lingkungan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak, sedangkan CSR dimensi sosial berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak

9.	Nirmala Devi Mohanadas, Abdullah Sallehuddin Abdullah Salim, Lim Kwe Pheng (2019) CSR and tax aggressiveness of Malaysian listed companies: evidence from an emerging economy	Kuantitatif	CSR, tax aggressiveness	Hasil penelitian ini menemukan dukungan nonstatistik bahwa kinerja CSR terkait dengan agresivitas pajak perusahaan di Malaysia. Tidak ada hubungan yang signifikan antara kinerja CSR terkait lingkungan dan pasar dengan agresivitas pajak perusahaan. Namun kinerja CSR terkait masyarakat memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan kinerja CSR terkait tempat kerja memiliki hubungan positif yang signifikan dengan agresivitas pajak perusahaan.
10.	Thomas Sumarsan Goh, Jatongan Nanningolan, Edison Sagala (2019) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitasterhadap Agresivitas Pajak PadaPerusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa EfekIndonesia Periode Tahun 2015-2018	Kuantitatif	Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Agresivitas Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, tetapi ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
11	Lanis, R., Richardson, G., 2012. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis.	Kuantitatif	Corporate social responsibility, tax aggressive-ness	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh secara negative terhadap agresivitas pajak,
12	Watson, L., 2011. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: an examination of unrecognized tax benefits	Kuantitatif	Corporate social responsibility, tax aggressive-ness	Menemukan bahwa semakin banyak pengungkapan investasi sosial yang dilakukan perusahaan secara signifikan berkaitan dengan semakin rendahnya agresivitas perusahaan.
13	Jos Van Renselaar. 2016. The influence of corporate social responsibility on the level of corporate tax avoidance	Kuantitatif	Corporate social responsibility, corporate tax avoidance	Menunjukkan bahwa dimensi lingkungan Sosial dan ekonomi secara signifikan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variabel Agresivitas Pajak yang dipegaruhi atau tidaknya oleh CSR. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada berbagai aspek dari CSR yang dikupas masing-masing yaitu CSR aspek ekonomi, CSR aspek lingkungan, dan CSR aspek sosial tanpa adanya variabel moderasi sehingga lebih berfokus pada masing-masing kategori atau ruang lingkup program CSR itu sendiri.

## **2.2 Tinjauan Pustaka**

### **2.2.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Brigham dan Houston (2011) mendefinisikan teori sinyal adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang dapat memberikan petunjuk bagi para investor tentang bagaimana cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan. (Goh, 2019)

### **2.2.2 Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori agensi mengartikan bahwa perusahaan sebagai sebuah agen kontrak antara para pemegang saham dengan manajer, dimana tujuan obyektif perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Jensen and Mecklinng, 1976). Artinya bahwa dalam memaksimalkan kesejahteraan sosial, setiap perusahaan yang berada dalam lingkup ekonomi juga harus memaksimalkan nilai total perusahaan untuk.

### **2.2.3 Teori Legitimasi**

Menurut Gray et al (1996) teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi bisa bertahan apabila masyarakat di sekitar organisasi tersebut merasa bahwa organisasi itu beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan nilai yang dimiliki oleh masyarakat.

Teori legitimasi mengartikan kontrak sosial organisasi dengan masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa bahwa kontrak sosialnya telah dilanggar oleh organisasi. Hidayati dan Murni (2009) mengemukakan bahwa agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengusahakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah ataupun masyarakat sekitar.

#### **2.2.4 Teori Stakeholder**

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa keberhasilan bisnis terletak pada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan saling percaya dan saling menghormati berbagai *stakeholder* yang meliputi pemasok, pelanggan, karyawan, masyarakat, dan pemerintah (Freedman, J (2003). Zhang et al (2013) mengembangkan konsep kerangka *stakeholder* yaitu suatu kerangka yang menilai bagaimana perusahaan mengelolah hubungannya dengan *stakeholder* utamanya,

perhatian yang besar terhadap para *stakeholder* perlu dilakukan supaya perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan dukungan (sumber daya) dalam mewujudkan tujuannya yaitu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal (kinerja yang baik). Perhatian yang dimaksud dapat diaplikasikan berupa program CSR kepada karyawan, masyarakat berlandaskan sosial, HAM, ekonomi, dan lingkungan serta produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. (Nurchayono. Kristiana, 2019)

Menurut Lako (2011) bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan tergantung dari menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Jika ini mampu dicapai, maka perusahaan akan meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pangsa pasar, penjualan, dan laba. Dalam perspektif teori ini, masyarakat dan lingkungan merupakan kesatuan perusahaan yang harus diperhatikan.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab sosial yang mengharuskan mereka dalam mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang telah terkena dampak dari tindakan mereka. Teori ini menekankan pada mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari pihak-pihak terkait dengan kebijakan dan kegiatan operasi perusahaan, terutama dalam langkah pengambilan keputusan perusahaan. Perusahaan harus menjaga legitimasi *stakeholder* serta mengedepankannya dalam sebuah kerangka kebijakan dan upaya dalam pengambilan keputusan, sehingga bisa saling mendukung

upaya pencapaian tujuan perusahaan, yaitu usaha dan jaminan *going concern* Adam (dalam Hadi, 2011:95).

Pemerintah selain sebagai *regulator*, juga merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mengikuti semua peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah, misalnya ketaatan dalam membayar pajak, dan tidak akan melakukan aksi penghindaran pajak.

Menurut Landolf (dalam Oktaviana, 2014) mengemukakan bahwa penghindaran pajak merupakan hal yang tidak bertanggungjawab secara sosial. Hal ini bertentangan dengan teori *stakeholder* yang menyebutkan bahwa perusahaan selalu mengupayakan dukungan dari *stakeholdernya*. (Kuriyah, 2016)

### **2.2.5 Agresivitas Pajak**

#### **A. Pengertian Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai bentuk upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. (Lanis dan Richardson, 2012). Hlaing (2012) dalam Jessica dan Toly (2014:5) mendefinisikan agresivitas pajak merupakan kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam upaya mengurangi tingkat pajak efektif. (Goh, 2019)

Agresivitas pajak adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengurangi kewajibannya. Akademis Bisnis Akuntansi University of Virginia Amerika Serikat Mary Margaret Frank menyebutkan bahwa agresivitas pajak merupakan tindakan perencanaan pajak yang dilakukan secara ilegal untuk menurunkan laba kena pajak. Akan tetapi perlu diingat bahwa tidak semua perusahaan yang melakukan perencanaan pajak (*tax planning*) juga dianggap telah melakukan agresivitas pajak.

Umumnya perusahaan sebagai wajib pajak badan memanfaatkan kelemahan yang terdapat di dalam undang-undang (UU) ataupun peraturan perpajakan lainnya. Kelemahan ini juga biasa disebut *grey area*, yaitu celah atau kelonggaran *regulasi* yang berada diantara praktik perencanaan atau perhitungan pajak yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan.

Sebuah perusahaan dapat dikatakan telah melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan tersebut berusaha mengurangi beban pajak secara agresif, baik itu menggunakan cara yang tergolong legal yaitu *tax avoidance* maupun dengan cara yang ilegal seperti *tax evasion*. Walaupun tidak semua tindakan perencanaan pajak itu dilakukan secara ilegal, namun semakin banyak celah yang digunakan oleh perusahaan dalam menghindari pajak maka perusahaan tersebut dapat dianggap semakin agresif. (Zsazya, 2019)



Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai praktik perencanaan pajak perusahaan dengan orientasi meminimalisir jumlah besaran pajak yang harus dibayarkan. Perusahaan besar yang beraktivitas di dunia industri tentu mempunyai tanggungjawab membayar pajak yang tidak sedikit, karena juga memiliki peredaran usaha yang tinggi. Tanggungjawab pajak ini selanjutnya dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku, mulai dari perhitungan, pembayaran, hingga pelaporan.

Praktik melakukan agresivitas pajak dapat dilihat dari perencanaan pajak yang telah dilakukan oleh perusahaan. Perencanaan pajak memang perlu dilakukan untuk mengelolah sirkulasi dana dan kesehatan financial perusahaan. Sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dan tetap melaksanakan kewajiban pajaknya dalam waktu yang bersamaan. Namun hal ini akan menyimpang jika perencanaan pajak dilakukan dalam upaya mengurangi secara signifikan jumlah tanggungjawab pajak yang dimiliki. Bahkan pada praktik ekstrimnya, perusahaan telah melakukan penghindaran pajak.

Praktiknya dapat dilihat secara kasat mata untuk beberapa kondisi. Misalnya, dengan pelaksanaan program *Company Social Responsibility* yang ekstrim. Program CSR dapat menjadi kanal praktik penyimpangan pajak ketika dilakukan secara berlebihan. Sehingga dapat meminimalkan pendapatan yang menjadi objek pajak penghasilan perusahaan tersebut.

Ketika pendapatan yang diperoleh perusahaan digunakan untuk program ini, maka pemerintah akan mengalami kesulitan dalam melacak *cashflow* yang terjadi. Hal ini dikarenakan biasanya program CSR dilakukan dibawah pengelolaan perusahaan itu sendiri, sampai pada uang yang dikeluarkan. Ketika perusahaan melakukan penyimpangan di sini, maka akan sulit dideteksi oleh negara. (Prabandaru, 2019)

#### B. Untung dan Rugi Praktik Agresivitas Pajak

Penting diketahui bahwa perusahaan yang telah melakukan tindakan pajak agresif bisa juga memiliki risiko yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan praktik pajak agresif. Risiko yang dimaksud bisa berupa ancaman sanksi ataupun denda, sampai risiko turunnya harga saham serta reputasi perusahaan, jika tindakan agresivitas pajak ketahuan melanggar aturan.

Harga saham yang turun dapat terjadi karena citra perusahaan menjadi kurang bagus di mata investor, lantaran labanya tercatat rendah. Sedangkan manajemen perusahaan merasa harus membuat laba perusahaan menjadi lebih rendah agar pajak yang dibayarkan juga rendah. Selanjutnya bagi pemerintah, praktik penghindaran pajak yang dilakukan secara agresif ini tentu saja ikut membawa kerugian. Lantaran tindakan demikian dapat berpeluang besar mengurangi penerimaan negara dari sektor perpajakan.

Selain dapat berpotensi mendatangkan kerugian, praktik agresivitas pajak juga mempunyai tujuan untuk meraih keuntungan, salah satunya adalah dengan cara menghemat pengeluaran atas pajak supaya keuntungan pengusaha juga semakin besar. Keuntungan tersebut bisa dimanfaatkan untuk mendanai investasi yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan di masa mendatang. Keuntungan yang lain yaitu bagi manajemen, agresivitas pajak dapat meningkatkan kompensasi yang diterima dari pemilik atau pemegang saham perusahaan.

### C. Pengukuran Agresivitas Pajak

Pengukuran agresivitas pajak didasarkan pada dua pengukuran, yaitu *Effective Tax Rate 1* dan *Effective Tax Rate 2*. Rumus untuk menghitung ETR1 menurut Lanis dan Richarson (2012) adalah sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

## 2.2.6 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

### A. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Kotler dan Nancy bahwa CSR yaitu suatu sikap dan komitmen perusahaan (organisasi) dalam rangka meningkatkan kesejahteraan komunitas yang disalurkan melalui praktik bisnis dan kontribusi sumber daya perusahaan. Sedangkan Kilcullen dan Kooistra

mengungkapkan bahwa CSR merupakan suatu tataran pertanggungjawaban moral yang berasal dari internal perusahaan di luar dari kepatuhan terhadap aturan dan hukum negara. Beda lagi dengan Fraderik yang mengemukakan bahwa CSR adalah suatu prinsip yang mendeskripsikan bahwa perusahaan harus bertanggungjawab terhadap setiap tindakan yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat sekitar.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah sebuah konsep bahwa organisasi, khususnya (namun tidak hanya), perusahaan adalah mempunyai berbagai bentuk tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingan, yaitu antara lain konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Oleh sebab itu, CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan, yaitu sebuah organisasi, terutama perusahaan dalam melaksanakan kegiatan harus mendasarkan keputusan tidak semata-mata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya saja tingkat keuntungan atau deviden, akan tetapi harus menimbang pula dampak sosial dan lingkungan yang muncul dari keputusannya itu, baik itu untuk jangka pendek ataupun untuk jangka yang lebih panjang.

Dengan demikian, CSR dapat diartikan sebagai bentuk kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan yang berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (meminimalisasi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

## B. Prinsip CSR

Ada tiga prinsip yang mendasar dalam melakukan kegiatan CSR yaitu sebagai berikut:

### *1. Sustainability*

Adalah suatu tindakan yang dilakukan dan diambil saat ini juga, dan harusnya berlanjut hingga di masa depan. Sumber daya yang ada seharusnya tidak hanya dimanfaatkan untuk masa sekarang saja, namun juga dapat digunakan untuk masa mendatang. Hal inilah yang menjadi fokus CSR, yaitu adanya keberlanjutan.

### *2. Accountability*

Maksud dari prinsip CSR ini adalah perusahaan yang telah melakukan program CSR harusnya bisa mempertanggungjawabkan apa yang telah dikerjakan. Prinsip ini lebih menekankan pada kemampuan perusahaan dalam memberikan efek dan kontribusi bagi internal ataupun eksternal perusahaan.

### *3. Transparency*

Prinsip CSR yang satu ini tidak luput dari perhatian. Perusahaan yang telah melakukan program CSR harus jelas dan transparan dalam kegiatannya serta tidak ada hal apapun yang disembunyikan dalam menyusun laporan keuangan. Setiap tindakan yang dilakukan harusnya secara nyata dan bisa dilihat secara terbuka. Dengan kata lain, mekanismenya diharuskan jelas. (Edusaham Tim, 2019)

### C. Alasan perlu adanya CSR

1. Harapan dan kebutuhan masyarakat makin berubah, masyarakat semakin kritis dan teliti terhadap kualitas produk yang akan dibelinya. Oleh sebab itu, perusahaan tidak dapat memusatkan perhatian hanya agar mendapatkan keuntungan saja.
2. Sumber daya alam yang terbatas, bisnis tidak hanya diharapkan untuk mengeksploitasi sumber daya alam yang terbatas, tetapi juga harus memelihara dan menggunakan sumber daya dengan bijak.
3. Lingkungan sosial yang lebih baik, lingkungan sosial yang baik akan turut mendukung keberhasilan bisnis dalam waktu yang panjang, semakin baik lingkungan sosial yang ada maka dengan sendirinya akan turut memperbaiki iklim bisnis tersebut. Misalnya saja dengan semakin menurunnya tingkat pengangguran.
4. Kekuasaan dan perimbangan tanggungjawab, kekuasaan besar yang berlebihan bila tidak diimbangi serta dikontrol dengan

tanggungjawab sosial bisa menyebabkan bisnis menjadi kekuatan yang merusak masyarakat.

5. Keuntungan dalam jangka panjang, dengan tanggungjawab dan keterlibatan sosial akan tercipta suatu citra positif di mata masyarakat, karena adanya iklim sosial politik yang kondusif untuk keberlangsungan bisnis perusahaan tersebut.

#### D. Pengungkapan dan Indikator CSR menurut GRI Standart dan para ahli

Ada seratus empat puluh tiga indikator berdasarkan GRI Standart yang diberlakukan efektif mulai 1 Juli 2018 meliputi kategori yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Indikator CSR menurut GRI terbaru 2016**

<b>Kategori Landasan (GR 101)</b>		
Landasan	101-1	Prinsip-prinsip pelaporan
	101-2	Menggunakan standart GRI untuk laporan keberlanjutan
	101-3	Membuat klaim terkait penggunaan standart GRI
<b>Kategori Pengungkapan Umum (GRI 102)</b>		
Profil Organisasi	102-1	Nama organisasi
	102-2	Kegiatan, merek, produk, dan jasa
	102-3	Lokasi kantor pusat
	102-4	Lokasi operasi
	102-5	Kepemilikan dan bentuk hukum
	102-6	Pasar yang dilayani
	102-7	Skala organisasi
	102-8	Informasi mengenai karyawan dan pekerja lain
	102-9	Rantai pasokan
	102-10	Perubahan signifikan pada organisasi dan rantai pasokannya
	102-11	Pendekatan atau prinsip pencegahan
	102-12	Inisiatif eksternal
	102-13	Keanggotaan asosiasi
Strategi	102-14	Pernyataan dari pembuat keputusan senior
	102-15	Dampak utama, risiko, dan peluang
Etika dan Integritas	102-16	Nilai, prinsip, standar, dan norma perilaku
	102-17	Mekanisme untuk saran dan kekhawatiran tentang etika
Tata Kelola	102-18	Struktur tata kelola
	102-19	Mendelegasikan wewenang
	102-20	Tanggungjawab tingkat eksekutif untuk topik ekonomi, lingkungan, dan sosial
	102-21	Berkonsultasi dengan para pemangku kepentingan mengenai topik-topik ekonomi, lingkungan, dan sosial

	102-22	Komposisi badan tata kelola tertinggi dan komitenya
	102-23	Ketua badan tata kelola tertinggi
	102-24	Menominalkan dan memilih badan tata kelola tertinggi
	102-25	Konflik kepentingan
	102-26	Peran badan tata kelola tertinggi dalam menetapkan tujuan, nilai-nilai, dan strategi
	102-27	Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi
	102-28	Mengevaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi
	102-29	Mengidentifikasi dan mengelola dampak ekonomi, lingkungan dan sosial
	102-30	Keefektifan proses manajemen risiko
	102-31	Pengkajian topik ekonomi, lingkungan dan sosial
	102-32	Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan
	102-33	Mengomunikasikan hal-hal kritis
	102-34	Sifat dan jumlah total hal-hal kritis
	102-35	Kebijakan remunerasi
	102-36	Proses untuk menentukan remunerasi
	102-37	Keterlibatan para pemangku kepentingan dalam remunerasi
	102-38	Rasio kompensasi total tahunan
	102-39	Persentase kenaikan dalam total rasio kompensasi total tahunan
Kerlibatan pemangku kepentingan	102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan
	102-41	Perjanjian perundingan kolektif
	102-42	Mengidentifikasi dan memilih pemangku kepentingan
	102-43	Pendekatan terhadap keterlibatan pemangku kepentingan
	102-44	Topik utama dan masalah yang dikemukakan
Praktik pelaporan	102-45	Entitas yang termasuk dalam laporan keuangan dikonsolidasi
	102-46	Menetapkan isi laporan dan batasan topik
	102-47	Daftar topik meterial
	102-48	Penyajian kembali informasi
	102-49	Perubahan dalam pelaporan
	102-50	Periode pelaporan
	102-51	Tanggal laporan terbaru
	102-52	Siklus pelaporan
	102-53	Titik kontak untuk pertanyaan mengenai laporan
	102-54	Klaim bahwa pelaporan sesuai dengan standart GRI
	102-55	Indeks isi GRI
102-56	Assurance oleh pihak eksternal	
<b>Kategori Pendekatan Manajemen (GR 103)</b>		
Pendekatan Manajemen	103-1	Penjelasan topik meterial dan batasannya
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya
	103-3	Evaluasi pendekatan manajemen
<b>Kategori Ekonomi (GR 201-207)</b>		
Kinerja Ekonomi	201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	201-2	Implikasi finansial dan risiko peluang lain akibat dari perubahan iklim
	201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya
	201-4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah



Keberadaan pasar	202-1	Rasio standar upah karyawan entry-level berdasarkan jenis kelamin terhadap upah minimum regional
	202-2	Proporsi manajemen senior yang berasal dari masyarakat lokal
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	203-1	Investasi infrastruktur dan dukungan layanan
	203-2	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan
Praktik Pengadaan	204-1	Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal
Anti –Korupsi	205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi
	205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Perilaku Anti-Persaingan	206-1	Langkah-langkah hukum untuk perilaku anti-persaingan, praktik anti-trust dan monopoli
Pajak	207-1	Pendekatan terhadap pajak
	207-2	Tata kelola, pengendalian dan manajemen resiko pajak
	207-3	Keterlibatan pemangku kepentingan dan pengelolaan perhatian yang berkaitan dengan pajak
	207-4	Laporan per negara
<b>Kategori Lingkungan (301-308)</b>		
Material	301-1	Material yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	301-2	Material input dari daur ulang yang digunakan
	301-3	Produksi reclaimed dan material kemasannya
Energi	302-1	Konsumsi energi dalam organisasi
	302-2	Konsumsi energi diluar organisasi
	302-3	Intensitas energi
	302-4	Pengurangan konsumsi energi
	302-5	Pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa
Air	303-1	Pengambilan air berdasarkan sumber
	303-2	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	303-3	Daur ulang dan penggunaan air kembali
Keanekaragaman hayati	304-1	Lokasi operasional yang dimiliki,disewa,dikelola atau berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	304-2	Dampak signifikan dari kegiatan, produksi dan jasa pada Keanekaragaman hayati
	304-3	Habitat yang dilindungi atau direstorasi
	304-4	Spesies daftar merah IUCN dan spesies konservasi nasional dengan habitat dalam wilayah yang terkena efek operasi
Emisi	305-1	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	305-2	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	305-3	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	305-4	Intensitas emisi gasrumah kaca (GRK)
	305-5	Pengurangan emisigas rumah kaca (GRK)
	305-6	Emisi zat perusak ozon (ODS)
	305-7	Nitrogen oksida (Nox), sulfur oksida(Sox), dan emisi udara yang signifikan lainnya
Air Limbah (Efluen) dan Limbah	306-1	Pelepasan air berdasarkan kualitas dan tujuan
	306-2	Limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	306-3	Tumpahan yang signifikan
	306-4	Pengangkutan limbah berbahaya

	306-5	Badan air yang dipengaruhi oleh pelepasan dan/atau limbah air
Kepatuhan Lingkungan	307-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undangan peraturan tentang lingkungan hidup
Penilaian Lingkungan Pemasok	308-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria lingkungan
	308-2	Dampak lingkungan negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
<b>Kategori Sosial (401-419)</b>		
Kepegawaian	401-1	Perekrutankaryawan baru dan pergantian karyawan
	401-2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu
	401-3	Cuti melahirkan
Hubungan Tenaga Kerja/ Manajemen	402-1	Periode minimum pemberitahuan terkait perubahan operasional
Keselamatan dan Kesehatan Kerja	403-1	Perwakilan pekerja dalam komite resmi gabungan manajemen-pekerja untuk kesehatan dan keselamatan
	403-2	Jenis kecelakaan kerja dan tingkat kecelakaan kerja, penyakit akibat pekerjaan, hari kerja yang hilang, dan ketidakhadiran, serta jumlah kematian terkait pekerjaan
	403-3	Para pekerja dengan risiko kecelakaan atau penyakit berbahaya tinggi terkait dengan pekerjaan mereka
	403-4	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat buruh
Pelatihan dan Pendidikan	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan
	404-2	Program untuk meningkatkan keterampilan dan program bantuan peralihan
	404-3	Persentase karyawan yang menerima tinjauan rutin terhadap kinerja dan pengembangan karir
Keanekaragaman dan Kesetaraan Setara	405-1	Keanekaragaman badan tata kelola dan karyawan
	405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki
Non-diskriminasi	406-1	Insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang dilakukan
Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif	407-1	Operasi dan pemasok dimana hak atas kebebasan berserikat dan perundingan kolektif mungkin berisiko
Pekerja Anak	408-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden pekerja anak
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	409-1	Operasi dan pemasok yang berisiko signifikan terhadap insiden kerja paksa atau wajib kerja
Praktik Keamanan	410-1	Petugas keamanan yang dilatih mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
Hak-hak Masyarakat Adat	411-1	Insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat
Penilaian Hak Asasi Manusia	412-1	Operasi-operasi yang telah melewati tinjauan hak asasi manusia atau penilaian dampak
	412-2	Pelatihan karyawan mengenai kebijakan atau prosedur hak asasi manusia
	412-3	Perjanjian dan kontrak investasi signifikan yang memasukkan klausul-klausul hak asasi manusia atau yang telah melalui penyaringan hak asasi manusia
Masyarakat Lokal	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan program pengembangan
	413-2	Operasi yang secara aktual dan yang berpotensi memiliki

		dampak negatif signifikan terhadap masyarakat lokal
Penilaian Sosial Pemasok	414-1	Seleksi pemasok baru dengan menggunakan kriteria sosial
	414-2	Dampak sosial negatif dalam rantai pasokan dan tindakan yang telah diambil
Kebijakan publik	415-1	Kontribusi politik
Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	416-1	Penilaian dampak kesehatan dan keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa
	416-2	Insiden ketidakpatuhan sehubungan dengan dampak kesehatan dan keselamatan produk dan jasa
Pemasaran dan Pelabelan	417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa
	417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait pelabelan dan informasi produk dan jasa
	417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran
Privasi Pelanggan	418-1	Pengaduan berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan Sosial Ekonomi	419-1	Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan di bidang sosial dan ekonomi

Sumber: (GRI Standart, 2016)

Penelitian ini mencoba untuk meneliti kembali meneliti bagaimana dimensi CSR mempengaruhi agresivitas pajak. Di mana dalam penelitian ini akan meneliti 3 aspek CSR yang mempunyai pengaruh terhadap agresivitas pajak. Tiga aspek tersebut adalah aspek ekonomi, aspek lingkungan, dan aspek sosial. Untuk pengukuran agresivitas pajak, menggunakan tarif pajak efektif (ETR). Dalam penelitian ini akan menggunakan database GRI di mana hanya terdapat 3 aspek yakni aspek ekonomi, aspek lingkungan, dan aspek sosial. Tiga aspek ini yang memiliki peran yang sangat besar terhadap pengalokasian keuangan perusahaan yang dapat mempengaruhi besar dan kecilnya agresivitas pajak. Dikarenakan banyaknya biaya yang dialokasikan dan besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan ketiga aspek ini sehingga penelitian ini berfokus untuk meneliti pengaruhnya terhadap agresivitas pajak. Secara umum ketika perusahaan menggunakan sebagian besar sumber daya keuangan untuk CSR dengan seperti itu akan mengurangi pula pendapa-

tan yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan akan melakukan agresivitas pajak.

Pada umumnya menggunakan ukuran agregat dalam mengukur CSR, tetapi juga menerima gagasan pengukuran CSR yang bersifat multidimensional. Maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan aspek CSR sebagai variabel bebas (independen). Tiga aspek CSR dimasukkan sebagai variabel bebas (independen) untuk menunjukkan aspek CSR mana yang mempunyai pengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Terdapat total 81 indikator dalam CSR standar GRI. Indeks pengungkapan CSR bagi masing-masing dimensi diukur dengan melihat tabel pengungkapan CSR dalam *sustainability report* perusahaan, kemudian dibandingkan dengan total indikator dari masing-masing aspek dalam pengungkapan CSR berdasarkan GRI. Jika sebuah indikator tertentu diungkapkan oleh perusahaan maka akan diberi nilai 1. Begitu sebaliknya akan diberi nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan suatu indikator. Pemberian nilai tersebut selanjutnya dijumlahkan, maka akan didapatkan total indikator CSR yang diungkapkan perusahaan. Selanjutnya, total indikator CSR yang diungkapkan dari masing-masing aspek dibandingkan dengan total maksimal indikator yang dapat diungkapkan. Total maksimal indikator untuk aspek ekonomi adalah 17. Untuk aspek lingkungan memiliki indikator maksimal 30 dan aspek sosial memiliki total indikator 34. Menurut Yusuf Wibisono (2007), manfaat yang diperoleh perusahaan dengan menerapkan program CSR ini yaitu :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan

2. Layak mendapatkan *sosial licence to operate*
  3. Mereduksi rasio bisnis perusahaan
  4. Melebarkan akses sumber daya
  5. Membentangkan akses menuju *market*
  6. Mereduksi biaya
  7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
  8. Memperbaiki hubungan dengan *regulator*
  9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
  10. Peluang mendapatkan penghargaan.
- E. Batas Biaya Maksimal Biaya CSR

Sesuai dengan ketentuan Peraturan Menteri BUMN Nomor: PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL) bagi Bada Usaha Milik Negara alokasi biaya CSR sebesar maksimal 2% dari laba setelah pajak. (Ariyanta, 2009)

CSR tidak hanya masalah tentang PPh meskipun erat hubungannya dengan CSR. Biaya CSR menyerupai biaya pemasaran, namun biaya pemasaran tidak ada batasannya sedangkan CSR mempunyai batasan. Sesuai dengan PP No. 93 Tahun 2010 tentang Sumbangan Penanggulangan Bencana Nasional, Penelitian, Pengembangan, Fasilitas Pendidikan, Pembinaan Olahraga dan Pembangunan Infrastruktur Sosial yang dapat dikurangkan dari Penghasilan Bruto yang mengatur banyak jumlah maksimal dari nilai CSR dalam satu tahun tidak melebihi 5% dari penghasilan netto fiskal tahun pajak sebelumnya. (RI, 2010)

## **2.3 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh CSR Aspek Ekonomi Terhadap Agresivitas Pajak**

Pengaruh CSR aspek ekonomi terhadap agresivitas pajak Menurut Friedman (1970) berpendapat bahwa tanggung jawab perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba dengan melakukan tindakan yang sesuai dengan aturan yang ada di masyarakat. Berbeda dengan individu-individu yang memiliki tanggung jawab sosial berdasarkan nilai-nilai yang mereka punya. Friedman (1970) mengatakan bahwa ketika para manajer bertindak sebagai agen perusahaan, maka tanggung jawab pribadi mereka menjadi tidak relevan karena harus mementingkan kepentingan perusahaan. Sesuai dengan teori agensi, untuk memaksimalkan keuntungan pemegang saham maka manajer harus menemukan tingkat optimal dari penghindaran pajak dengan mempertimbangkan manfaat marjinal dan biaya marjinal.

Maka dari itu, muncul dugaan bahwa perusahaan yang banyak membuat komitmen dengan pemegang sahamnya, maka perusahaan tersebut akan cenderung menghindari pajak guna untuk kepentingan pemegang saham mereka. Penelitian Laguir et al. (2015) mengkonfirmasi dugaan ini, berdasarkan sampel perusahaan yang terdaftar Perancis, tingkat CSR yang lebih tinggi dalam dimensi ekonomi berkaitan dengan tingkat agresivitas pajak yang lebih tinggi pula. Menurut Laguir (2015) dimensi ekonomi dari CSR adalah sarana perusahaan berurusan dengan masalah yang mungkin timbul dalam interaksinya dengan pelanggan, pemasok dan pemegang saham di pasar (Euro-

pean Commission, 2003). Perilaku bisnis di pasar dianggap sebagai indikator seberapa telah terintegrasi masalah tanggung jawab ekonomi dalam struktur organisasi dan pengambilan keputusannya. Tujuan dari integrasi tersebut dipandang sebagai memaksimalkan keuntungan jangka pendek untuk mencakup kinerja ekonomi jangka panjang dan kontribusi untuk kesejahteraan semua masyarakat (Bansal, 2005). Selanjutnya, dimensi ekonomi dari CSR memperhitungkan nilai melalui pengembangan produk yang inovatif, jasa dan model bisnis yang mengarah pada kualitas produk yang lebih tinggi dan lebih produktif.

### **2.3.2 Pengaruh CSR Aspek Lingkungan Terhadap Agresivitas Pajak**

Skor CSR pada aspek lingkungan tergantung pada pengurangan sumber daya perusahaan, pengurangan emisi dan inovasi produk (Ribando dan Bonne, 2010). Menurut teori stakeholder, menyatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kepentingan pihak-pihak yang berhubungan langsung dan yang sekiranya akan terkena dampak dari kegiatan operasi perusahaan. Salah satu wujud perhatian perusahaan kepada stakeholder adalah dengan taat membayar pajak kepada pemerintah tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak. Selain itu, melalui CSR di bidang lingkungan perusahaan turut berperan dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan bagi kesejahteraan rakyat. Namun, sedikit yang diketahui tentang apakah ada hubungan antara kinerja lingkungan dan penghindaran pajak. Lanis dan Richardson (2012) serta Laguir et al. (2015) menguji hubungan ini tetapi mereka tidak menemukan hasil yang signifikan. Namun, penelitian terbaru yang dilakukan oleh Jos van Renselaar

(2015) menunjukkan bahwa aspek lingkungan secara signifikan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Karena itu penulis mengharapkan dimensi lingkungan CSR akan berpengaruh positif secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Tanggung jawab sosial perusahaan harus dijalankan di atas suatu program dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program jangka panjang. Semangat tanggungjawab sosial perusahaan diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan. Pada dasarnya CSR diharapkan dapat kembali menjadi budaya bagi bangsa Indonesia khususnya dan masyarakat dunia dalam kebersamaan mengatasi masalah sosial dan lingkungan. (Prayitno, 2015)

### **2.3.2 Pengaruh CSR Aspek Lingkungan Terhadap Agresivitas Pajak**

Pengaruh CSR aspek sosial dijelaskan bahwa tarif pajak efektif lebih tinggi untuk perusahaan dengan keprihatinan masyarakat, menunjukkan bahwa rendahnya skor CSR berhubungan dengan rendahnya penghindaran pajak. Dimensi sosial dari CSR mengakui "kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan umum karyawan; memotivasi tenaga kerja dengan menawarkan kesempatan pelatihan dan pengembangan; dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak sebagai warga negara yang baik di masyarakat setempat" (European Commission, 2003) Selain itu, diuji juga seberapa jauh dua dimensi CSR berpengaruh dengan penghindaran pajak. Mempelajari dimensi yang berbeda dari CSR adalah penting, karena CSR merupakan konsep yang kompleks yang meliputi berbagai bidang.

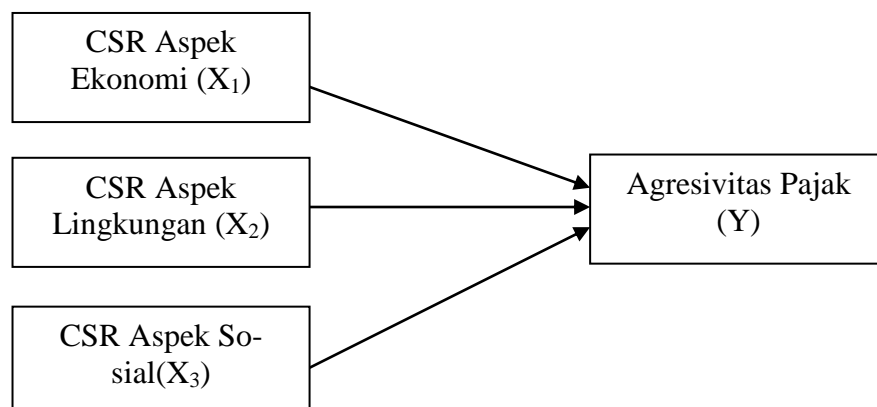


Salah satu wujud perhatian perusahaan kepada stakeholder adalah dengan mempertimbangkan tanggung jawabnya di bidang sosial. Lanis dan Richardson (2012) menemukan bahwa semakin banyak pengungkapan investasi sosial yang dilakukan perusahaan secara signifikan berkaitan dengan semakin rendahnya agresivitas perusahaan. Laguir et al. (2015) dan Watson (2011) juga menemukan hasil yang sama. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi (semakin rendah) tingkat CSR pada aspek sosial, semakin rendah (semakin tinggi) tingkat agresivitas pajak.

#### 2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan mengenai teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran dengan variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan variabel independen yaitu Agresivitas Pajak.

Secara sederhana kerangka pemikiran dalam penelitian ini ditunjukkan melalui gambar berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: CSR Aspek Ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak

H<sub>2</sub>: CSR Aspek Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak

H<sub>3</sub>: CSR Aspek Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak