

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Setelah masalah penelitian dirumuskan, maka langkah kedua dalam proses penelitian (kuantitatif) adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (Sumadi Suryabrata dalam Sugiyono, 2010, 52). Teori adalah alur logika atau penalaran, yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsisi yang disusun secara sistematis. Secara umum, teori mempunyai tiga fungsi yaitu untuk menjelaskan (*explanation*), meramalkan (*prediction*), dan pengendalian (*control*) suatu gejala (Sugiyono, 2010).

Landasan teori adalah teori-teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Adapun landasan teori dalam penelitian ini adalah mengenai konsep dasar perpajakan, teori legitimasi, teori stakeholder dan teori agensi dalam hal pembahasan yang berkenaan dengan teori tentang CSR. Selanjutnya teori mengenai variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini seperti CSR, penghindaran pajak, kinerja laba, profitabilitas, kerugian fiskal, aset tetap, *leverage*, juga riset dan pengembangan.

1. Konsep dasar perpajakan

Menurut Prof. Dr. P. J. A. Adriani dalam Brotodihardjo (2011, 2), pajak didefinisikan sebagai berikut:

Pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapatkan prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Selanjutnya definisi pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 adalah sebagai berikut:

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dalam dunia keuangan, pajak dipandang sebagai ketidaksempurnaan pasar dalam jenis dunia sesuai dengan teori Miller and Modigliani (Hanlon & Heitzman, 2010, 161). Hal ini terjadi karena pajak mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh manajemen perusahaan. Pemungutan pajak bisa dilakukan secara paksa karena sifatnya yang wajib terhadap negara sehingga berpengaruh besar dalam keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

2. Teori legitimasi

Ramadhani (2012, 14) menjelaskan bahwa perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat. Dalam hal ini, seperti halnya pemerintah, perusahaan memiliki kontrak sosial (*social contract*) yang berisi sejumlah hak dan kewajiban. Kontrak sosial itu akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisi masyarakat. Namun, apa pun perubahan yang terjadi, kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis. Kontrak sosial ini pula yang akan menjadi wahana bagi perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.

Lebih lanjut Ramadhani (2012, 14) menyatakan legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. Ramadhani (2012, 4) mengutip

pernyataan O'Donovan yang berpendapat 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*).

3. Teori *stakeholder*

Yoehana (2013, 15) mengutip pernyataan Branco dan Rodrigues yang menyatakan bahwa teori *stakeholder* didasarkan pada gagasan bahwa di luar pemegang saham ada beberapa agen yang berkepentingan dalam tindakan dan keputusan perusahaan. Pengertian lain bahwa teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain) (Chariri, 2008, 159).

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Manajemen seharusnya tidak hanya mempertimbangkan pemegang saham dalam proses pengambilan keputusan, tetapi juga siapa saja yang dipengaruhi oleh keputusan bisnis (Branco dan Rodrigues dalam Yoehana, 2013, 15).

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada semua *stakeholder*-nya. Oleh karena itu CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pemerintah sebagai regulator, merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mengikuti semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, ketaatan membayar pajak, dan tidak melakukan penghindaran pajak.

Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak merupakan hal yang tidak bertanggung jawab sosial. Hal ini tidak sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyebutkan bahwa perusahaan selalu mengusahakan dukungan dari *stakeholder*-nya.

4. Teori agensi

Dalam teori agensi dinyatakan bahwa adanya kontrak antara pihak pemberi wewenang (*principal*) kepada pihak yang mendapatkan wewenang (agen) untuk melakukan sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan pihak *principal*, dengan mendelegasikan beberapa otoritas pengambilan keputusan kepada pihak agen (Jensen dan Meckling, 1976).

Dalam sebuah perusahaan, teori agensi ini terimplementasi dalam hubungan antara pemilik saham dengan manajer. Pemilik saham (*principal*) memberikan wewenang kepada manajer (agen) untuk mengelola perusahaan agar menghasilkan kinerja dan *return* yang baik bagi pemilik saham.

Winarsih (2014, 4) mengutip pernyataan Jensen dan Meckling yang menjelaskan bahwa hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. *Agency theory* mengasumsikan bahwa setiap manusia memiliki sifat egois yaitu mementingkan kepentingan diri sendiri. Pemegang saham akan fokus pada peningkatan nilai sahamnya sedangkan manajer fokus pada pemenuhan kepentingan pribadi yaitu memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya. Adanya benturan kepentingan antara keduanya inilah yang memicu munculnya *agency theory*. Rasa tidak percaya yang muncul dari pemegang saham atau pemilik perusahaan terhadap manajemen yang berpotensi melakukan kecurangan guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi melahirkan teori ini.

Namun seperti yang disebutkan oleh Muzakki (2015, 14) mengutip pernyataan Anthony dan Govindarajan bahwa menurut teori agensi setiap individu akan bertindak untuk kepentingan diri mereka sendiri. Seperti sifat dasar manusia yang hanya mementingkan dirinya sendiri. Oleh karena itu teori agensi ini dapat memunculkan konflik kepentingan antara pemilik saham selaku *principal* dengan manajer selaku agen dalam perusahaan. Manajer bertugas memberikan laporan kinerja perusahaan kepada pemilik saham. Namun terkadang manajer tidak melaporkan keadaan perusahaan yang sebenarnya, karena laporan kinerja tersebut berkaitan juga dengan

kinerja para manajer perusahaan. Oleh karena itu dapat terjadi *asymmetry information* antara manajer dan pemilik saham.

5. Corporate social responsibility

a. Definisi CSR

CSR didefinisikan dalam Undang-undang Perseroan Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 yaitu komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Kegiatan CSR juga diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pasal 15 huruf (b) UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal turut mendukung kewajiban dalam kegiatan CSR, yang berbunyi “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Undang-Undang mewajibkan kepada setiap pelaku usaha untuk melakukan kegiatan perusahaan dengan tetap menjaga keberlangsungan lingkungan dan masyarakat agar perusahaan tetap bisa *going concern*.

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dapat mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan, membuka peluang besar, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, dan berpotensi mendapatkan penghargaan (Untung dalam Adawiyah 2013, 21).

Menurut Marnelly (2012, 51), terdapat dua jenis konsep CSR. Dalam pengertian luas, CSR berkaitan erat dengan tujuan perusahaan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan yang berkaitan juga dengan akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat, bangsa, serta dunia internasional. Dalam pengertian sempit, CSR dapat dipahami dari beberapa definisi menurut peraturan dan pendapat ahli, seperti:

- 1) Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menyatakan bahwa:

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

- 2) *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, mengartikan CSR sebagai “*the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well of the local community and society at large*”.
- 3) Darwin dalam Anggraini (2006, 5) mendefinisikan CSR sebagai:

Mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis dalam setiap pengambilan keputusan ekonomi perusahaan dengan menyelaraskan kepentingan semua *stakeholder*-nya termasuk pemegang saham, pemerintah, karyawan, maupun masyarakat secara luas. Definisi CSR dalam penelitian ini mengacu pada definisi CSR yang diungkapkan oleh WBCSD.

b. Pengungkapan CSR

Hendriksen dalam Nurlala dan Islahuddin (2008, 6) menyatakan bahwa pengungkapan (*disclosure*) adalah “penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien.” Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dilakukan oleh perusahaan dengan harapan akan memberikan dampak positif. *Stakeholder* membutuhkan informasi yang lebih luas untuk menilai perusahaan di masa sekarang dan masa depan. Oleh karena itu, pengungkapan dituntut tidak hanya sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang *mandatory* (wajib) maupun *voluntary* (sukarela). Pengungkapan *mandatory* merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku sedangkan pengungkapan

sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimal yang diwajibkan peraturan yang berlaku (Octavia, 2012, 19).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan “proses pengomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.” (Sembiring, 2005, 381). Pengungkapan informasi sosial tersebut memperluas tanggung jawab perusahaan tidak hanya menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal terutama pemegang saham tetapi juga kepada *stakeholder* lainnya. Gray *et al.* dalam Sembiring (2005, 381) menyatakan bahwa perluasan tanggung jawab tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas, bukan hanya mencari laba untuk pemegang saham.

Di Indonesia, pengungkapan informasi tanggung jawab sosial atau CSR merupakan sesuatu yang diwajibkan pemerintah. Kewajiban tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 angka 1 Undang-Undang ini mengatur kewajiban Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sedangkan Pasal 66 ayat (2c) mengatur kewajiban bagi seluruh perusahaan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Peraturan lain yang berkaitan dengan CSR, antara lain Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang mengatur kewajiban CSR bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia, Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan yang mengatur CSR bagi perusahaan BUMN, serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Meskipun kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang, namun dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) di Indonesia kewajiban tersebut belum diatur secara jelas. SAK hanya mengakomodasi kebutuhan

mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara implisit dalam PSAK Nomor 1 (Revisi 2009) paragraf 15, yang menyatakan sebagai berikut:

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri di mana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting.

Dari bunyi peraturan tersebut terlihat bahwa secara akuntansi, kewajiban pengungkapan CSR masih bersifat sukarela. Hal ini semakin diperkuat dengan kenyataan belum adanya pedoman yang mengatur secara rinci item-item tanggung jawab sosial apa saja yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Hal ini menyebabkan tingkat pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia masih sangat beragam atau belum terstandar. Banyak sedikitnya item informasi mengenai tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat dikatakan sebagai informasi yang masih bersifat sukarela.

Zhegal dan Ahmed dalam Anggraini (2006, 5) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengungkapan informasi sosial perusahaan, sebagai berikut:

- 1) Lingkungan, meliputi pengendalian polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lingkungan lainnya.
- 2) Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dll.
- 3) Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, serta tanggung jawab sosial.
- 4) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas sehubungan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni.
- 5) Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dll.

Anggraini (2006, 3) menyatakan bahwa dalam pengungkapan informasi sosial, perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh dari keputusannya tersebut. Apabila manfaat yang akan diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Deegan (2002, 290-291) menyebutkan beberapa alasan yang mendorong perusahaan (manajer) secara sukarela melaporkan informasi

sosial dan lingkungan, di antaranya keinginan untuk taat kepada peraturan hukum, untuk mematuhi ekspektasi komunitas, sebagai akibat dari ancaman tertentu atas legitimasi organisasi, untuk menarik dana investasi, untuk mematuhi persyaratan industri, atau kode perilaku tertentu, untuk memenangkan penghargaan (*award*), dll.

6. Penghindaran pajak

Penghindaran pajak adalah upaya tindakan perusahaan untuk mengurangi atau meminimalisir beban pajak perusahaan. Pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat melalui pemerintah. Dana hasil pembayaran pajak akan digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan tugas Negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan umum (Yoehana, 2013). Muzakki (2015, 12) mengutip pernyataan Landolf bahwa penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan. Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dianggap tidak memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam rangka upaya mencapai kesejahteraan umum.

7. Kinerja laba

Laba dapat diinterpretasikan sebagai pengukur efisiensi bila dihubungkan dengan tingkat investasi karena kedua hal tersebut secara konseptual merupakan suatu hubungan. Dalam pengukuran kinerja, laba dapat mempresentasikan efisiensi kinerja tersebut dengan menentukan ROI (*Return on Investment*) dan ROA (*Return on Asset*) sebagai dasar pengukuran efisiensi. Dalam akuntansi, laba dimaknai dan diinterpretasi sebagai pengukur efisiensi oleh investor dalam bentuk kembalian atas investasi ROI. Bagi manajemen, efisiensi dapat diinterpretasi sebagai pengukur efisiensi penggunaan sumber daya dalam bentuk kembalian atas aset ROA. Bagi kreditur, efisiensi dapat ditunjukkan dengan tingkat bunga atau ROL (*Return on Loan*).

8. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva yang produktif atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri (Van Horn dan Wachowiez, 1997, 148-149). Pendapat lain menyebutkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan salah satu

indikator yang tercakup dalam informasi mengenai kinerja perusahaan jangka panjang.

Menurut Brigham (1993, 79), *profitability is the net result of a large number of policies and decision*. Sartono (2001, 119) mendefinisikan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva produktif maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas ini akan memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan. Semakin besar profitabilitas berarti semakin baik, karena kemakmuran pemilik perusahaan meningkat dengan semakin besarnya profitabilitas. Rasio profitabilitas terdiri atas *Profit Margin, Basic Earning Power, Return On Assets*, dan *Return On Equity*.

Tingkat profitabilitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, hal ini dilakukan mengingat daya tarik bisnis (*business attractiveness*) merupakan salah satu indikator penting dalam persaingan usaha, sedangkan indikator daya tarik bisnis dapat diukur dari profitabilitas usaha, seperti ROA, ROE dan NPM. Semakin tinggi rasio ini akan menarik pendatang baru untuk masuk dalam dunia usaha, sehingga pada kondisi persaingan tersebut akan membuat *rate of return* cenderung mengarah pada keseimbangan (Gale, 1972). Daya tarik bisnis yang semakin tinggi akan mendorong pendatang baru untuk masuk dalam dunia usaha sehingga laba abnormal lambat laun akan kembali menurun menuju laba normal.

9. Kerugian fiskal

Sesuai dengan Undang-Undang No.36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, pengertian kerugian fiskal adalah kerugian fiskal berdasarkan ketetapan pajak yang telah diterbitkan Direktur Jenderal Pajak serta kerugian fiskal berdasarkan SPT Tahunan PPh Wajib Pajak (*self assesment*) dalam hal ini tidak ada atau belum diterbitkan ketetapan pajak oleh Direktur Jenderal Pajak.

10. Aset tetap

Aset tetap adalah aset berwujud yang digunakan dalam operasi perusahaan dan tidak dimaksudkan untuk dijual dalam rangka kegiatan normal perusahaan. Aset semacam ini biasanya memiliki masa pemakaian yang lama dan diharapkan dapat memberikan manfaat pada perusahaan selama bertahun-tahun.

11. *Leverage*

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Yulfaida 2012, 17).

12. Riset dan pengembangan

Standar Akuntansi Keuangan (SAK No.20) memberikan pengertian riset sebagai penelitian yang orisinal dan terencana yang dilaksanakan dengan harapan memperoleh pengetahuan dan pemahaman teknis atau ilmiah yang baru sedangkan pengembangan diartikan sebagai penerapan hasil riset atau pengetahuan lain ke dalam suatu rencana atau desain untuk menghasilkan bahan, alat, produk, proses, sistem atau jasa, sebelum dimulainya produksi komersial atau pemakaian (Arifian 2011, 9). Dengan demikian, esensi dari riset dan pengembangan (RD) dapat diartikan sebagai sebuah studi tentang ide- ide, metode, produk atau jasa dengan tujuan untuk menciptakan produk atau proses baru, memperbaiki produk yang ada, dan menemukan pengetahuan baru yang dapat bermanfaat dimasa depan (Arifian 2011, 9).

Arifian (2011, 9) mengutip pernyataan McWilliams dan Siegel yang menjelaskan RD sebagai situasi dimana perusahaan mengambil peran dalam tindakan yang muncul untuk aktivitas sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang disyaratkan oleh hukum. Dengan investasi RD, perusahaan telah mendapatkan salah satu cara dalam mencapai keunggulan kompetitif yang dapat digunakan sebagai mekanisme untuk diferensiasi produk.

B. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya terkait hubungan antara CSR dengan penghindaran pajak dan dimoderasi oleh variabel moderator kinerja laba, baik di dalam negeri maupun di luar negeri adalah:

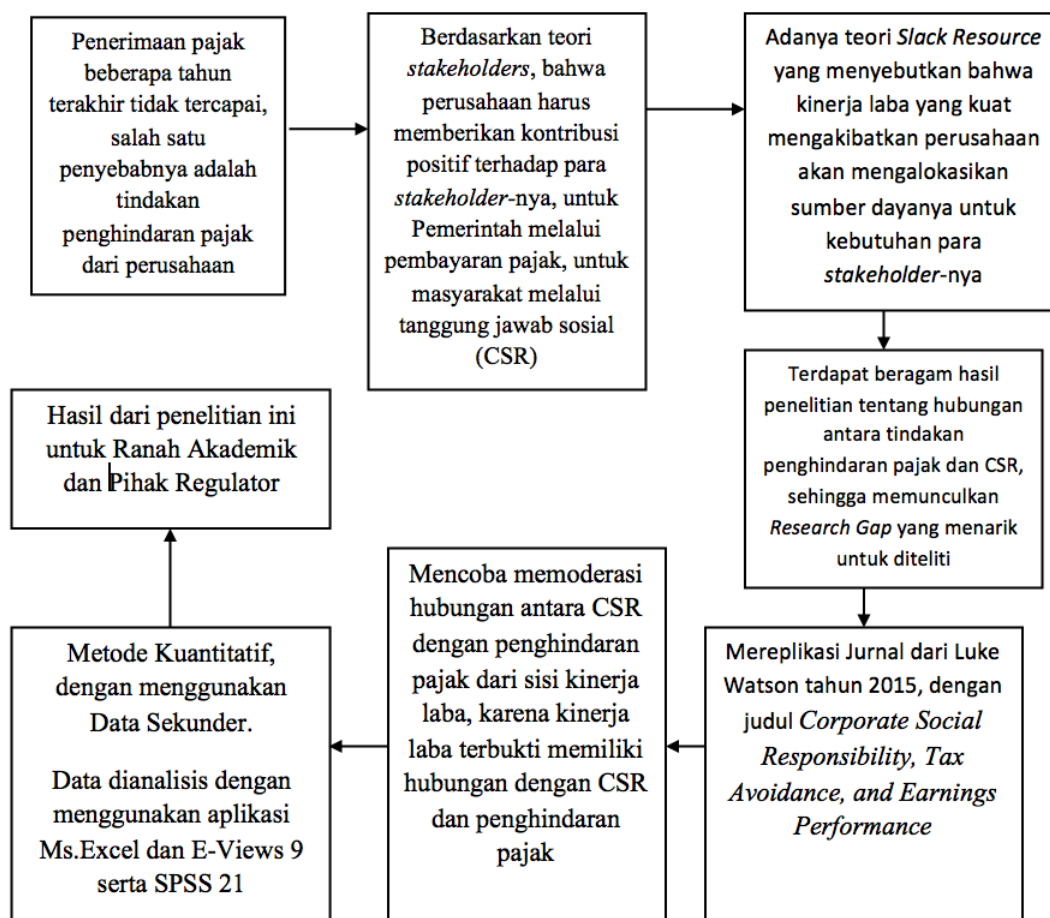
1. Lanis dan Richardson (2012) meneliti hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak (ETR) dengan hasilnya adalah CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

2. Hoi *et al.* (2013) melakukan penelitian dengan memakai CSR sebagai variabel dependennya dan penghindaran pajak sebagai variabel independennya. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa perusahaan dengan kegiatan CSR yang tidak bertanggung jawab lebih agresif dalam menghindari pajak. Disamping itu juga temuan penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan dengan kegiatan CSR yang tidak bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan penghindaran pajak.
3. Thomas Lys *et al.* (2013) memperoleh hasil penelitiannya dengan menunjukkan bahwa kinerja CSR berkorelasi dengan kinerja keuangan, yang juga relevan dengan perdebatan tentang regulasi atas pengungkapan potensi konten dan kredibilitas pelaporan akuntabilitas perusahaan. Juga, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengeluaran CSR sangat terkait dengan kinerja pendapatan dan ekspektasi kinerja masa depan.
4. Muzakki (2015) meneliti tentang hubungan antara CSR dan *capital intensity* dengan tindakan penghindaran pajak dengan hasilnya adalah variabel CSR dan *capital intensity* berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hasil penelitian tersebut berarti penghindaran pajak perusahaan dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR dan *capital intensity*.
5. Luke Watson (2015) meneliti tentang hubungan antara CSR dengan tindakan penghindaran pajak dengan dimoderasi oleh kinerja laba. Hasilnya adalah tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap tindakan penghindaran pajak pada kondisi kinerja laba saat ini rendah. Namun ketika kondisi kinerja laba tinggi, tidak terdapat hubungan antara CSR dengan tindakan penghindaran pajak.

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan dimoderasi oleh variabel moderasi, dan menggunakan variabel kontrol. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada Gambar II.1, yang memperlihatkan alur pikir yang akan dimulai dari permasalahan sampai dengan analisis dan pembahasan untuk kemudian diuraikan dalam penelitian ini.

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran dalam Penelitian



Sumber: Data diolah oleh penulis (2016)

D. Hipotesis Penelitian

1. Hubungan pengungkapan CSR dengan tindakan penghindaran pajak

Menurut Unerman dalam Landry *et al.* (2013, 616), reputasi perusahaan terhadap pemangku kepentingan adalah aset berharga yang harus terus dijaga, karena hal ini yang bisa menjadikan perusahaan *going concern*, terutama berkaitan dengan CSR. Oleh karena itu, Freedman dalam Landry *et al.* (2013, 617) menyatakan bahwa perusahaan yang terdaftar pada bursa efek lebih peduli tentang potensi kerusakan reputasi perusahaan akibat strategi meminimalisasi pajak tertentu, yang mana akan terlihat buruk di mata media.

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada semua *stakeholder*-nya. Lalu, pajak yang dibayarkan kepada pemerintah, yang merupakan salah satu

stakeholder dari perusahaan, adalah merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial. Perusahaan yang terlibat penghindaran pajak adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial (Lanis dan Richardson, 2012). Oleh karena itu, keputusan perusahaan untuk mengurangi tingkat pajaknya atau melakukan penghindaran pajak akan dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR.

Dengan mengambil sikap pasif terhadap perpajakan, yang artinya bukan sesuatu yang berasal dari perusahaan itu sendiri tetapi terjadi karena keadaan yang ada, sebuah perusahaan dapat memperoleh legitimasi dalam masyarakat dan menjaga hubungan baik dengan otoritas pajak dengan mematuhi hukum pajak (Christensen dan Murphy, Ostas, Rose dalam Lanis dan Ricardson 2011, 11). Pembayaran pajak yang tidak seharusnya akan menghasilkan efek negatif, kerusakan reputasi terutama dalam kaitannya dengan profil CSR sebuah perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, serta dapat mengakibatkan penghentian operasi bisnis perusahaan (Williams, Erle, Hartnett dalam Lanis dan Ricardson 2011, 11). Reputasi positif memberikan jaminan kepada pemegang saham bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk menjaga nama baik perusahaan. Dengan menyatakan diri terlibat dalam CSR, sebuah perusahaan akan dianggap lebih transparan dan meyakinkan pemangku kepentingan bahwa manajemen memiliki integritas dan kompeten (Landry *et al.* 2013, 618).

Lanis dan Richardson (2011) menggunakan *rating* CSR global, dimana secara empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai pengungkapan CSR yang tinggi akan meminimalisir untuk melakukan tindakan pajak agresif. Bukti di atas menunjukkan bahwa membayar pajak secara adil dan benar merupakan komponen penting dari CSR yang membantu menjaga citra baik perusahaan dan reputasi.

Berdasarkan penjelasan diatas dan hasil dari penelitian terdahulu, maka seharusnya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan, maka diharapkan akan semakin rendah tingkat perusahaan melakukan penghindaran pajak. Hal ini karena tindakan penghindaran pajak merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial. Oleh karena itu, hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H_{01} : Pengungkapan CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap tindakan penghindaran pajak

H_{a1} : Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap tindakan penghindaran pajak

2. Hubungan kinerja laba dengan pengungkapan CSR dan tindakan penghindaran pajak

Laba perusahaan merupakan dasar dalam pengenaan pajak perusahaan. Darmadi (2013) menyatakan bahwa besarnya laba dapat mengurangi beban pajak perusahaan, karena semakin efisien perusahaan maka dengan pendapatan yang tinggi perusahaan berhasil memanfaatkan keuntungan dari adanya insentif pajak dan pengurangan pajak lainnya yang menyebabkan tarif efektif pajak perusahaan menjadi lebih rendah.

Pembayaran pajak yang tinggi bisa menandakan kinerja laba yang baik dari perusahaan untuk masa depan dan kemudahan pengawasan dari otoritas pajak. Sementara ketika kinerja laba rendah, pengawasan dari otoritas pajak juga rendah, sehingga penghindaran pajak dilengkapi dengan biaya non-pajak yang lebih rendah (Zimmerman, 1983). Rodriguez dan Arias (dalam Ardyansah dan Zulaikha, 2014) juga menyebutkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan yang langsung dan signifikan terhadap ETR. Tingkat laba atau profitabilitas berbanding lurus dengan ETR. Sehingga semakin tinggi laba perusahaan seharusnya semakin tinggi pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

Selanjutnya, Watson (2015) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat menyebabkan manajer untuk mempertimbangkan kepentingan otoritas pajak dan masyarakat berkaitan dengan strategi pajak perusahaan dan karena itu tindakan penghindaran pajak yang dilakukan tingkatnya rendah. Hipotesis pelaporan yang transparan memprediksi bahwa kinerja pengungkapan CSR yang kuat menyebabkan perusahaan bertindak demi kepentingan masyarakat pada dimensi pajak. Karenanya, kecenderungan untuk mengabaikan CSR dilakukan oleh perusahaan demi memaksimalkan laba.

Sementara itu, sebuah penelitian terbaru oleh Lys *et al.* (2013a) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR sangat terkait dengan kinerja laba dan ekspektasi kinerja

laba di masa depan. Perusahaan yang sangat menguntungkan memiliki kemampuan untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan, konsisten dengan pernyataan Waddock dan Graves (1997). Hal ini penting karena pajak merupakan salah satu pos pengeluaran terbesar dari kebanyakan perusahaan.

Lys *et al.* (2013b, 6) juga menyatakan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sinyal kepada *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan berkelanjutan dan memberikan sinyal bahwa kinerja laba dari perusahaan tersebut tinggi. Campbell (2007) juga menyatakan bahwa teori *Slack Resource* memprediksi bahwa kinerja laba yang kuat mengakibatkan perusahaan akan mengalokasikan sumber dayanya untuk kebutuhan *stakeholders*, dimana berpotensi akan menghasilkan pengungkapan CSR yang tinggi dan pembayaran pajak yang tinggi juga. Kinerja laba mempengaruhi langsung ketersediaan sumber daya karena laba adalah sumber terbesar dari sumber daya perusahaan.

Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan CSR adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi. Sebaliknya, pada saat tingkat laba yang rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca ‘*good news*’ kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Sejalan dengan hal di atas, Watson (2015) menyatakan bahwa kinerja laba saat ini bisa memoderasi hubungan antara penghindaran pajak dan CSR karena mewakili ketersediaan sumber daya saat ini. Manajer memiliki ketidakpastian yang signifikan tentang masa depan bisa menunda investasi di CSR sampai ketidakpastian tentang ketersediaan sumber daya teratasi. Kemudian, kinerja laba masa depan dilakukan karena pendekatan ini mengasumsikan bahwa manajer memiliki informasi pribadi tentang kinerja laba masa depan. Investasi mereka dalam sinyal CSR diantisipasi kinerja masa depan, juga, mereka membuat keputusan perencanaan pajak dengan harapan bahwa kinerja masa depan telah berada di dalam perencanaan. Dalam kedua kasus, ketersediaan sumber daya menentukan tingkat investasi di CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka seharusnya tingkat kinerja laba baik saat ini maupun kinerja laba masa depan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR dan tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan meliputi:

H₀₂: Performa kinerja laba saat ini tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan penghindaran pajak

H_{a2}: Performa kinerja laba saat ini memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan penghindaran pajak

H₀₃: Performa kinerja laba masa depan tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan penghindaran pajak

H_{a3}: Performa kinerja laba masa depan memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan penghindaran pajak