

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berisikan teori serta konsep yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan landasan teori yang berupa premis yang berkaitan dengan Pengungkapan CSR, Profitabilitas dan Agresivitas Pajak. Hal tersebut didasarkan dari pengertian kajian pustaka yang dikemukakan oleh Creswell (2008) dalam Muh. Fitrah dan Luthfiah (2017) sebagai berikut

“Kajian pustaka merupakan ringkasan tertulis dari artikel jurnal, buku, dokumen lain yang menggambarkan keadaan masa lalu dan informasi saat ini, mengatur literature menjadi topik, dan mendokumentasikan kebutuhan untuk penelitian yang diusulkan.”

2.1.1 Pengungkapan CSR

Perusahaan telah diwajibkan untuk melakukan kegiatan CSR, hal tersebut diatur dalam Undang-undang RI no 40 tahun 2007 pada pasal 74 ayat 1. Selanjutnya pada pasal 3, apabila perusahaan tidak memenuhi kewajibannya dalam melaksanakan CSR, akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Selain itu, pada pasal 66 ayat 2 dikatakan bahwa perusahaan harus melaporkan mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau CSR.

2.1.1.1 Pengertian CSR

Menurut World Bussiness Council on Sustainable Development dalam Mohammad Hamim Sultoni (2020), pengertian CSR adalah sebagai berikut

“CSR adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.”

Muhammad Yasir Yusuf (2017) menyatakan bahwa CSR merupakan sebuah bentuk komitmen perusahaan terhadap kelangsungan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.”

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa pengertian disimpulkan bahwa pengertian CSR adalah bentuk komitmen perusahaan untuk berlaku etis dan berkontribusi terhadap pembangungn ekonomi yang berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.

2.1.1.2 Manfaat dari CSR

Menurut Muhammad Imam Syairozi (2019), manfaat yang bisa didapat oleh perusahaan yang mengimplementasikannya adalah sebagai berikut

1. Membangun dan menjaga nama baik perusahaan;
2. Meningkatkan citra perusahaan;
3. Mengurangi risiko bisnis perusahaan;
4. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan;
5. Mempertahankan posisi merk perusahaan;

6. Mempertahankan sumberdaya manusia yang berkualitas;
7. Kemudahan akses terhadap modal (capital);
8. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis;
9. Mempermudah manajemen risiko perusahaan.

2.1.1.3 Indikator Pengungkapan CSR

Menurut Lela Nurlaela Wati (2019), untuk mengukur pengungkapan CSR berasal dari Global Reporting Initiative (GRI). Total indikator dalam GRI mencapai 79 indikator, yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktek tenaga kerja, 9 indikator hak asasi manusia, 8 indikator sosial atau kemasyarakatan dan 9 indikator tanggungjawab produk.

Menurut Yuristina dan Tahar (2017) dalam I Gusti Ketut Agung Ulupui dkk, (2021), pengukuran CSR dihitung dengan menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI) yaitu standar G4. Dengan menggunakan variabel dummy di tiap variabel dengan angka 1 apabila mengungkapkan dan nilai 0 apabila tidak mengungkapkan indikator yang berjumlah 91 indikator. Dengan begitu perhitungan pengungkapan CSR dapat dirumuskan sebagai berikut

$$CSRI_j = \frac{\text{jumlah indikator yang diungkapkan}}{\text{jumlah indikator atau 91}}$$

Berdasarkan indikator-indikator di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang akan digunakan dalam penelitian adalah indikator GRI G4 yang memiliki variabel indikator sebanyak 91 indikator.

CSR yang baik harus berkonsep pada 3P (People, Profit, Planet), People berkaitan dengan kegiatan sosial perusahaan dengan masyarakat dan pekerjanya. Profit merupakan tanggungjawab perusahaan dimana perusahaan harus mendapatkan keuntungan untuk dapat menyediakan lapangan kerja dan membayar pajak. Planet berkaitan dengan tanggungjawab perusahaan dalam menjaga lingkungan di wilayah atau lokasi perusahaan beroperasi (Aditya Halim P. Kusuma,dkk. 2020).

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Sartono (2010:122) dalam Eddy Irsan Siregar (2021), pengertian profitabilitas adalah sebagai berikut

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri, rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.”

Hal serupa dikemukakan oleh Ari Pranaditya dkk., (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri yang berlangsung selama periode akuntansi.

2.1.2.2 Indikator Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:199), indikator yang digunakan untuk menghitung profitabilitas adalah sebagai berikut

1. *Return on Assets* (ROA),
2. *Return on Equity* (ROE)
3. *Return on Investment* (ROI)
4. *Gross Profit Margin* (GPM)
5. *Net Profit Margin* (NPM)
6. *Operating Profit Margin* (OPM)
7. *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Nagian Toni dkk. (2021), profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut

1. *Gross Profit Margin* (GPM)
2. *Net Profit Margin* (NPM)
3. *Operating Ratio Margin* (OPM)
4. *Return on Assets* (ROA)
5. *Return on Equity* (ROE)
6. *Earning per Share* (EPS)

Berdasarkan pada indikator-indikator yang telah dinyatakan diatas, peneliti menggunakan *Return on Asset* (ROA) untuk digunakan dalam penelitian, karena rasio profitabilitas *Retrun on Asset* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari pengelolaan aset atau aktivitya. Menurut Kasmir (2016),

standar rata-rata industri untuk rasio profitabilitas *Return on Asset* adalah sebesar 30%.

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.1.3 Agresivitas Pajak

2.1.3.1 Pengertian Agresivitas Pajak

Menurut Frank; et al (2009) dalam Kevin Septiawan dkk.(2021), pengertian agresivitas pajak adalah

“Agresivitas Pajak merupakan tindakan yang didesain untuk mengurangi penghasilan kena pajak (PKP) dengan perencanaan pajak yang legal (tax avoidance) atau dengan cara illegal (tax evasion).”

2.1.3.2 Indikator Agresivitas Pajak

Dalam Gebhart (2017) dalam Kevin Septiawan dkk, (2021), agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan proksi-proksi berikut

1. Effective Tax Rate (ETR)
2. Book Tax Difference (BTD), yang merupakan perbedaan antara laba akuntansi dan laba fiskal.
3. Discretionary Permanent BTD's (DTAX)
4. Unrecognize Tax Benefit
5. Tax Shelter Activity

6. Marginal Tax Rate

7. Cash Effective Tax Rate (CETR)

Berdasarkan pada indikator diatas, peneliti menggunakan proksi Effective Tax Rate (ETR) dalam penelitian. Alasan peneliti menggunakan ETR dalam penelitian adalah karena ETR dapat memproyeksikan beban pajak yang dikeluarkan oleh perusahaan termasuk beban pajak penghasilan dan beban pajak lainnya. Dan dalam penelitian ini, tindakan perencanaan pajak yang diteliti adalah tindakan penghindaran pajak atau *Tax Avoidance*. Dalam UU no 36 tahun 2008 pasal 17 ayat 2, tarif yang ditentukan untuk PPh Badan adalah sebesar 25%, berdasarkan pada hal tersebut jika nilai $ETR > 25\%$, maka dapat diasumsikan bahwa perusahaan melakukan penghindaran pajak.

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

2.2 Kerangka Pemikiran

Perusahaan secara ekonomis bertujuan untuk mendapatkan laba, namun saat ini memperoleh laba saja tidak cukup karena perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan lingkungan dan juga masyarakat dengan melaksanakan program CSR. Pengungkapan CSR menggunakan biaya yang akan membuat nilai laba menjadi pengurang bagi penghasilan secara fiskal melalui penghasilan kena pajak karena karakteristik dari CSR merupakan deductible expense.

Variabel profitabilitas juga akan membuat perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak, dengan rendahnya tingkat profitabilitas suatu perusahaan akan membuat perusahaan lebih cenderung mempertahankan untuk mendapatkan laba yang lebih banyak dengan melakukan praktik penghindaran pajak. Kerangka pemikiran pada penelitian ini akan menjelaskan mengenai adanya pengaruh antara Pengungkapan CSR dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak.

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan melakukan CSR selain untuk memenuhi kewajibannya kepada masyarakat, lingkungan dan juga pemerintah melalui peraturan perundang-undangan, CSR juga membuat perusahaan mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat. Perusahaan dengan reputasi dan citra yang baik akan menghindari praktik tax avoidance (Ratmono dan Sagala, 2015). Hal tersebut merupakan tindakan perusahaan dalam menjaga citranya yang baik dengan melakukan kontribusi kepada pemerintah dan masyarakat berupa tindakan taat membayar pajak.

Dan teori legitimasi sebagaimana yang dipaparkan oleh Suchman dalam Inten Meutia (2021:80), menyatakan bahwa dalam melakukan kegiatan operasinya, perusahaan berusaha untuk mendapatkan legitimasi atau pengakuan dan penerimaan dari masyarakat agar tetap sesuai dengan batasan dan norma-norma di masyarakat.

Berdasarkan kedua konsep dan teori diatas, Perusahaan yang melakukan melakukan kegiatan CSR dengan baik enggan untuk melakukan Penghindaran pajak karena akan membuat nama baik perusahaan tersebut menjadi kurang baik.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andhari P. dan Sukartha (2017), menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Berdasarkan teori tersebut, salah satu usaha perusahaan untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari masyarakat adalah dengan melakukan kegiatan CSR. Selain itu, perusahaan akan menghindari perencanaan pajak yang agresif karena tindakan agresif pajak akan merugikan masyarakat walaupun secara tidak langsung.

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

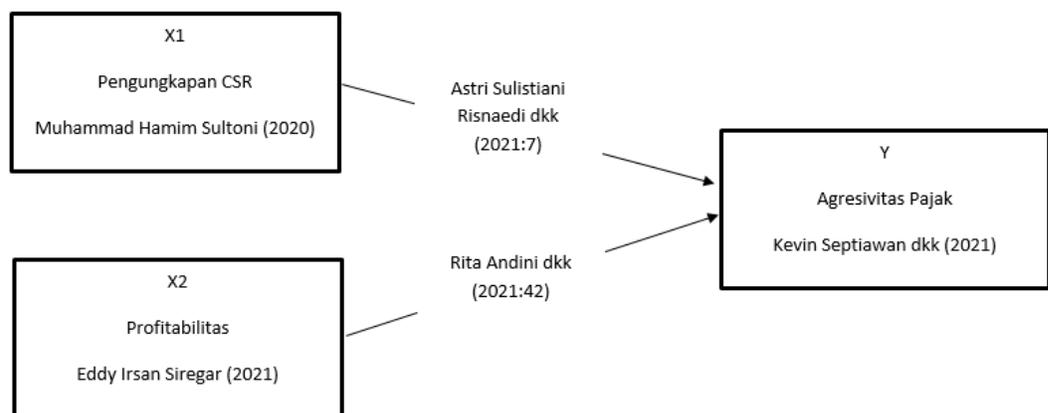
Profitabilitas menggambarkan keadaan kinerja keuangan perusahaan yang menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan bisnis perusahaan. Seorang investor yang akan memulai suatu usaha, lebih memilih bentuk usaha apapun yang dapat memberikan hasil akhir berupa laba bersih setelah pajak (net profit after tax) yang lebih besar (Chairil Anwar Pohan, 2014). Dengan kata lain, tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik minat dari investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Adapula konsep yang berkaitan antara Profitabilitas dan Agresivitas Pajak menurut Rita Andini,dkk (2021:42) yaitu sebagai berikut

“Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan hasil kinerja keuangan perusahaan yang baik. Dengan kinerja keuangan perusahaan yang baik, lebih enggan untuk melakukan penghindaran pajak (tax avoidance).”

Hal di atas selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Sidik P. dan Suhono (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara negative terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan kepada premis-premis di atas, maka paradigma penelitian ini adalah sebagai berikut



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis menurut Muslich Ansori (2020:46) adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah dipaparkan diatas, maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut

H₁ : Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap terhadap Agresivitas Pajak

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak