

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) lahir dari pengembangan *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Reasoned Action* (TRA) dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap sebuah perilaku dipicu oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* (Fishbein dan Ajzen, 1975 dalam (Hidayat et al., 2018) sedangkan untuk teori TPB ditambahkan satu faktor yaitu *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). (Ajzen, 1991) menyebutkan faktor utama dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah niat individu untuk melakukan sesuatu berujung pada perilaku.

Niat dapat diartikan sebagai faktor utama yang mempengaruhi perilaku; misalnya indikasi seberapa kuat orang untuk mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka rencanakan untuk dilakukan, dan seberapa banyak sebuah tindakan dilakukan. Secara umum, semakin besar niat untuk melakukan sebuah perilaku, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut dilakukan.

Seharusnya menjadi sebuah kejelasan, bagaimanapun, bahwa niat perilaku dapat menjadi sebuah perilaku hanya jika perilaku tersebut berada di bawah kendali sebuah kehendak atau keinginan, yaitu, jika orang tersebut dapat memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku (Ajzen, 1991).

Ajzen (1991) juga menyebutkan meskipun beberapa perilaku mungkin sebenarnya memenuhi persyaratan ini dengan cukup baik, sebagian besar tergantung setidaknya sampai tingkat tertentu pada faktor-faktor non motivasional seperti ketersediaan peluang dan sumber daya yang diperlukan (misalnya, waktu, uang, keterampilan, kerja sama orang lain;) (Ajzen, 1991). Secara bersamaan, faktor-faktor ini mewakili kontrol orang-orang atas perilaku tersebut. Sejauh seseorang memiliki persyaratan peluang dan sumber daya, dan berniat untuk melakukan perilaku, dia atau dia harus berhasil melakukannya.

TPB sangat sesuai digunakan untuk mendefinisikan berbagai perilaku (Hidayat et al., 2018). Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen (1991) TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan, hal ini juga termasuk penghindaran pajak yang dilakukan melalui *tax planning*. Wajib pajak yang taat pajak, akan memiliki keyakinan mengenai pentingnya membayar pajak untuk pembiayaan pembangunan (*attitude atau behavioral beliefs*). Sebaliknya keyakinan yang rendah akan pentingnya membayar pajak akan menyebabkan rendahnya kesadaran untuk membayar pajak melalui perilaku penghindaran pajak (Hidayat et al., 2018).

2.1.2 Legitimacy Theory

Legitimacy Theory dikemukakan oleh (J. Dowling dan Pfeffer, 1975) mereka menyebutkan bahwa organisasi/perusahaan secara terus menerus harus memastikan apakah mereka telah sesuai dengan norma-norma yang dijunjung masyarakat dan memastikan bahwa aktivitas yang mereka lakukan bisa diterima pihak luar (dilegitimasi). Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan

tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi atau pengakuan dari masyarakat dimana perusahaan tersebut berada (Chariri, 2008).

Legitimasi ini memberi peluang kepada industri untuk menjauhi hal-hal yang tidak dibutuhkan serta dapat meningkatkan nilai industri (Chariri, 2008). Teori legitimasi dikemukakan yang mencerminkan tentang terdapat perbandingan antara nilai-nilai yang dianut industri dengan nilai-nilai sosial, hingga industri berada pada posisi terancam dimana perbandingan tersebut diketahui selaku *Legitimacy Gap* (Ghozali & Chariri, 2007).

O'Donovan (2002) menyebutkan kalau legitimasi organisasi bisa dilihat selaku suatu yang diberikan masyarakat kepada Perusahaan serta suatu yang diinginkan ataupun dicari Perusahaan dari masyarakat. Dowling & Pfeffer, (1975) menyebutkan legitimasi merupakan perihal yang berarti untuk organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma serta nilai-nilai sosial, serta respon terhadap batas tersebut mengakibatkan pentingnya analisis perilaku organisasi berbasis lingkungan.

Dowling & Pfeffer (1975) menyebutkan sebuah alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan bahwa organisasi berusaha membangun kesesuaian antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada pada sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut sesuai, kita dapat melihat hal tersebut sebagai sebuah legitimasi bagi perusahaan. Ketika terdapat

ketidaksesuaian diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada *gap* terhadap legitimasi perusahaan. (Ghozali & Chariri, 2007).

Legitimasi dapat disimpulkan sebagai manfaat atau sumber yang memiliki bagi perusahaan untuk memastikan keberlangsungannya (Ashforth dan Gibbs 2 1990; Dowling dan Pfeffer 1975; O'Donovan 2002) dalam (Ghozali & Chariri, 2007). Melalui adanya teori legitimasi ini tujuannya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR tidak lagi menjadi sebuah paksaan yang berdampak merugikan bagi perusahaan, melainkan hal ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk menciptakan kesesuaian sosial dengan norma dan nilai dalam masyarakat sehingga legitimasi perusahaan dapat tercapai (Hidayansyah et al., 2015).

2.1.3 Stakeholder Theory

Stakeholder theory (teori pemangku kepentingan) sesuai untuk menjelaskan tindakan agresivitas pajak dan CSR (Hidayat et al., 2018). Freeman & McVea (2005) dalam *stakeholder theory* menyebutkan bahwa kinerja sebuah organisasi ditentukan oleh semua stakeholder organisasi, dengan demikian hal ini merupakan tanggung jawab manajerial untuk memberikan keuntungan kepada semua *stakeholder* yang akan berdampak terhadap kinerja organisasi.

Pemerintah sebagai regulator, merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus mempedulikan kepentingan pemerintah. Salah satunya adalah dengan cara mematuhi semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, memenuhi kewajiban perpajakan, dan tidak melakukan penghindaran pajak. (Hidayat et al., 2018).

2.1.4 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) mulai dikenal sejak awal tahun 1970. WBCSD/ *World Business Council in Sustainable Development* (2012) mendefinisikan CSR adalah bentuk itikad berkelanjutan perusahaan untuk bersikap etis dan memberi kontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat.

Kenaikan skala operasi industri, jadi suatu fenomena yang menarik spesialnya terhadap hubungannya dengan bagaimana suatu industri memperhatikan aspek sosial, aspek ekonomi serta aspek lingkungan. Suatu industri wajib mencermati hak- hak sosial, meningkatkan penerapan CSR, memenuhi kewajiban masyarakat secara aktif, serta mendistribusikan kembali laba yang diperoleh lewat pajak. Tujuannya merupakan mempromosikan hak- hak sosial serta pembangunan berkelanjutan masyarakat serta industri (Fallan & Fallan, 2019).

McWilliams & Siegel (2001) mengartikan CSR sebagai upaya dari pihak perusahaan untuk melaksanakan beberapa kegiatan sosial di luar kepentingan langsung perusahaan/pemegang saham dan di luar paksaan hukum. Menurut Kok dkk. (2001) dalam Kim (2017), CSR adalah kewajiban perusahaan untuk memakai sumber dayanya dengan cara yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui peranannya sebagai anggota masyarakat, dengan

mempertimbangkan masyarakat luas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas yang dilakukan secara langsung dari keuntungan perusahaan.

Smith(2002) dalam Kim (2017) mendefinisikan CSR selaku perpaduan bisnis serta nilai- nilai dimana seluruh kepentingan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, investor, serta lingkungan tergambar dalam kebijakan serta aksi organisasi. Komisi Eropa, dalam *Green Paper* mendefinisikan CSR selaku suatu konsep dimana industri menyatukan kepedulian sosial serta lingkungan dalam operasi bisnis mereka serta dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan mereka secara sukarela.

Bertanggung jawab secara sosial berarti tidak cumaenuhi harapan hukum, namun pula melampaui kepatuhan serta menginvestasikan" lebih banyak" ke dalam sumber energi manusia, lingkungan, serta hubungan dengan pemangku kepentingan. Kottler(2005) dalam Kim (2017) menerangkan bahwa CSR ialah komitmen industri untuk meningkatkan mutu hidup masyarakat melalui tingkat-tingkat bisnisnya. CSR ialah wujud atensi bisnis untuk menjamin agar praktek usahanya memenuhi kriteria tanggung jawab pada seluruh pemangku kepentingan. Sehingga industri tidak cuma berorientasi laba semata, namun pula berorientasi pada area serta sosial di dekat industri.

2.1.5 Pengertian Pajak

Pemerintah Republik Indonesia melalui Direktorat Jenderal Pajak (2008) menegaskan pengertian pajak melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang

Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 (Pemerintah Indonesia, 2021) tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan diketahui pengertian Pajak adalah kontribusi yang bersifat wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa berdasarkan Undang-Undang, orang pribadi atau badan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, pajak yang dibayarkan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan. Pajak merupakan wujud peran serta masyarakat/Wajib Pajak yang secara langsung melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Hal ini sesuai falsafah undang-undang perpajakan, membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban, tetapi merupakan hak dari setiap warga Negara untuk ikut berperan dalam bentuk peran serta terhadap pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Tanggung jawab atas kewajiban pemenuhan kewajiban perpajakan, sebagai salah satu kewajiban kenegaraan di bidang perpajakan berada pada masyarakat sendiri untuk memenuhi kewajiban tersebut. Hal tersebut sesuai dengan sistem *self assessment* yang digunakan dalam Sistem Perpajakan Indonesia. Pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak, sesuai dengan fungsinya berkewajiban melakukan pembinaan/penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan. Dalam melaksanakan fungsinya tersebut, Direktorat Jenderal Pajak berusaha sebaik mungkin menyediakan pelayanan kepada masyarakat sesuai visi dan misi Direktorat Jenderal Pajak.

Effective tax rate (ETR) adalah sebuah metode akuntansi untuk mengukur tarif ideal pajak yang dibayarkan perusahaan yaitu dengan membandingkan antara beban pajak penghasilan dibagi laba sebelum pajak. Dengan melihat nilai ETR, dapat menilai apakah keputusan pajak yang diambil dalam perusahaan berdampak baik atau tidak. Armstrong, Blouin, & Jagilnizer (2015) dalam Hidayat et al., (2018) mengatakan ETR sebuah perusahaan dapat menjadi ukuran penghindaran pajak yang dapat digunakan manajemen untuk mengawasi dan mengevaluasi. ETR pada setiap perusahaan berbeda- beda, tergantung dari tata kelola perusahaan yang dijalankan.

2.1.6 Corporate Tax Behavior

Corporate Tax Behavior adalah perilaku pajak sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat agresivitas pajaknya (Fallan & Fallan, 2019). Perusahaan dalam perannya selaku subjek pajak seringkali meminimalkan beban pajak agar laba sesudah pajak perusahaan yang lebih tinggi. Hal tersebut terjadi karena adanya kepentingan yang berlawanan antara *stakeholder* dengan pihak manajemen. Ketidaksesuaian tujuan dan kepentingan tersebut, memaksa manajer melakukan berbagai hal demi keinginan *stakeholder*, salah satunya dilakukan dengan mengecilkan jumlah laba, sehingga jumlah pajak yang dibayarkan lebih kecil, baik melalui cara yang legal maupun ilegal yang dikategorikan sebagai agresivitas pajak (Zicari & Renouard, 2018).

Frank et al., (2009) dalam Tjondro et al.(2016), menyatakan agresivitas pajak dilakukan untuk mengecilkan laba kena pajak melalui *planning* pajak baik dengan cara *tax avoidance* maupun *tax evasion*. Agresivitas pajak dapat terjadi

karena ketidakpatuhan perusahaan terhadap peraturan perpajakan maupun aktivitas menyesuaikan beban pajak dinilai tertentu sesuai peraturan. Perusahaan yang memanfaatkan kelemahan peraturan untuk mengurangi beban pajak dianggap telah melakukan agresivitas pajak walaupun tidak melanggar aturan yang ada (Kamila, 2014) dalam (Gerardo B. S. Dewangga, 2020). Prayogo (2015) dalam Hidayat et al.(2018) menyatakan bahwa untuk mengurangi beban pajak, dapat dilakukan dengan cara menambah jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan atau tidak melaporkan keseluruhan pendapatan.

2.1.7 *Global Reporting Initiative (GRI) G4*

Global Reporting Initiative (GRI) G4 adalah suatu panduan yang dibuat oleh sebuah organisasi untuk melakukan pelaporan dan pengungkapan atas laporan keberlanjutan perusahaan mengenai dampak atas lingkungan, yang dimana pengungkapan tersebut memberikan manfaat kepada perusahaan dan pemangku kepentingan, laporan ini digunakan sebagai gambaran untuk kinerja dimasa mendatang, demi mencapai suatu keuntungan yang ditargetkan kedepan meliputi indikator kategori ekonomi (*Profit*), sosial (*People*), dan lingkungan (*Planet*).

GRI dibentuk oleh organisasi Amerika Serikat yang berbasis nirlaba yaitu *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* dan *Tellus Institute*, dengan dukungan dari *United Nations Environment Programme (UNEP)* pada tahun 1997. GRI (Initiative-G4, 2007) adalah multi-stakeholder, organisasi berbasis jaringan yang luas. Sekretariat organisasi ini berada di Amsterdam,

Belanda. Sekretariat bertindak sebagai regulator untuk koordinasi kegiatan mitra jaringan GRI. (GRI-G4. 2016).

Pengungkapan standar dalam pedoman GRI-G4 merupakan indikator yang didapat digunakan atau dipilih perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab terhadap kewajiban pengungkapan. Pengungkapan standar yang dimaksud dibagi menjadi dua pengungkapan, yaitu standar umum dan standar khusus. Pengungkapan Standar Umum merupakan standar yang berlaku untuk semua perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutannya dengan mengidentifikasi.

Pengungkapan Standar Umum yang wajib untuk dilaporkan. Dalam pengungkapan standar umum semua hal umum disajikan termasuk hal-hal yang tidak mengandung elemen Pedoman. Sedangkan Pengungkapan Standar Khusus menurut *Global Reporting Initiative* GRI-G4 merujuk pada beberapa indikator dalam pengungkapan laporan keberlanjutan sebagai berikut:

1. Pengungkapan Indikator Lingkungan.

Pada indikator ini perusahaan menyajikan mengenai dampak yang timbul pada lingkungan di sekitar perusahaan, mulai dari dampak yang berhubungan dengan produk dan jasa yang digunakan, air, udara, dan unsur-unsur lingkungan yang lainnya.

2. Pengungkapan Indikator ekonomi

Pada indikator ini disajikan dampak dari aktivitas perusahaan dilihat dari indikator ekonomi, dengan menginformasikan secara transparan kepada para Stakeholder.

3. Pengungkapan Indikator Sosial

Pengungkapan pada indikator ini mengarah pada dampak sosial masyarakat. Mulai dari kenyamanan, keselamatan dan kesehatan masyarakat sosial dari dampak lingkungan aktivitas perusahaan.

2.1.7.1 Indikator Lingkungan dalam GRI-G4

Dimensi keberlanjutan lingkungan berusaha untuk focus pada kesejahteraan manusia (Fallan & Fallan, 2019). Berdasarkan gagasan jasa ekosistem (biofisik), baik sumber daya terbarukan dan tak terbarukan dan kapasitas inhalasi limbah bumi (O'Donovan, 2002). Indikator lingkungan mengakui bahwa sumber daya alam tidak melimpah dan terus terkuras . Dengan demikian, sumber daya ini tidak boleh dipanen lebih cepat daripada yang dapat diregenerasi (Kim, 2017).

Jumlah sampah tidak boleh lebih dari kapasitas asimilasi lingkungan. Keseimbangan ini harus dipertahankan dalam satu set batas atau batas planet (perubahan iklim, tingkat hilangnya keanekaragaman hayati, dll.) dari sistem bumi (Fallan & Fallan, 2019). Indikator lingkungan digunakan dan diharapkan dapat memberikan peringatan dini untuk mencegah kerusakan pada system lingkungan alam (Zicari & Renouard, 2018).

Indikator lingkungan biasanya disebut dimensi fisik keberlanjutan. Beberapa indikator lingkungan tradisional termasuk emisi udara per dolar pendapatan atau per produk yang dihasilkan, jumlah air limbah yang dihasilkan,

jumlah air yang digunakan, persen/jumlah bahan yang digunakan/daur ulang, dan lainnya.

2.1.7.2 Indikator Ekonomi dalam GRI-G4

Indikator ekonomi keberlanjutan adalah tentang dampak pada kesejahteraan ekonomi para stakeholders, dan sistem ekonomi baik lokal maupun nasional (O'Donovan, 2002). Dimensi ekonomi mencakup semua interaksi ekonomi, termasuk indikator konvensional terkait akuntansi keuangan dan aset tidak berwujud yang biasanya tidak muncul dalam laporan keuangan (Ratnadewi & Ulupui, 2016).

Dimensi ekonomi juga terkait erat dengan indikator keberlanjutan lingkungan dan social (Kim, 2017). Sebagian besar waktu, dimensi ekonomi dianggap sebagai subjek kesetaraan antargenerasi. Namun, apa yang harus dipertahankan dari sudut pandang ekonomi tidak selalu langsung dan jelas (Fallan & Fallan, 2019). Penelitian telah banyak dilakukan pada dimensi ekonomi keberlanjutan dibandingkan dengan indikator lingkungan. Selain itu, tidak ada kerangka indikator tunggal yang berfokus pada ketiga dimensi keberlanjutan secara setara (David & Gallego, 2009).

Terdapat beberapa jumlah indikator ekonomi yang terbatas dan belum matang yang digunakan dalam kegiatan manufaktur. Umumnya, indikator ekonomi didasarkan pada biaya dan keuntungan. Secara keseluruhan, di industri manufaktur, lebih banyak perhatian penelitian diberikan pada sisi lingkungan dari keberlanjutan dan kurang fokus pada analisis ekonomi. Alasan untuk ini mungkin termasuk masalah yang terkait dengan tingkat diskonto dan perkiraan biaya masa

depan, kesalahpahaman tentang sifat kategori biaya terkait (Kim, 2017), tidak tersedianya data ekonomi yang dapat diandalkan, penggunaan indikator dan metrik ekonomi yang tidak konsisten.

2.1.7.3 Indikator Sosial dalam GRI-G4

Dimensi sosial keberlanjutan didasarkan pada gagasan kesetaraan, pemberdayaan, aksesibilitas, partisipasi, berbagi, identitas budaya dan stabilitas kelembagaan (Basiago, 1998). Ini menekankan kohesi masyarakat dan kemampuannya untuk bekerja untuk mencapai tujuan bersama sambil memenuhi kebutuhan individu, seperti kesehatan dan kesejahteraan, nutrisi, tempat tinggal, pendidikan dan ekspresi budaya (Gallopini, 1997).

Dari sudut pandang manufaktur, dimensi social menunjukkan sikap industri terhadap karyawan, pelanggan, dan oleh seluruh masyarakat (Butnariu dan Avasilcai, 2015; Qureshi dkk., 2017). Secara komparatif, sulit untuk memasukkan dan mengukur dimensi sosial dari keberlanjutan. Karena itu, dimensi sosial kurang mendapat perhatian dalam literatur dan praktik (Ahmadiyah).dkk., 2017) dan masih terbatasnya indikator sosial yang cukup berkembang dan digunakan untuk industri (Butnariu dan Avasilcai, 2015).

Penilaian keberlanjutan sosial mengevaluasi dampak sosial negatif dan positif dari proses dan industri. Dengan kata lain, seberapa banyak kerugian (Shokravi dan Kurnia, 2014) atau manfaat yang disumbangkan oleh suatu proses atau industri kepada masyarakat dan nilai-nilai kemasyarakatan diukur. Saat ini, dimensi sosial membutuhkan perhatian lebih untuk menilai indikator tidak

berwujud dari suatu produk atau proses (kepuasan konsumen, dll.) (Ocampodkk., 2016).

2.1.8 Kinerja Profitabilitas

Kinerja (*performance*) dapat diartikan sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah dirumuskan dalam rencana strategis perusahaan. Sedangkan pengukuran kinerja (*performance measurement*) adalah sebuah proses penilaian kemajuan pekerjaan yang dibandingkan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Pengukuran kinerja termasuk didalamnya informasi atas efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan produk, hasil kegiatan dibandingkan dengan tujuan, serta tingkat efektivitas dan efisiensi tindakan dalam mencapai tujuan. (Mahsun, 2006) dalam (Bahy & Wibisono, 2017).

Kinerja Profitabilitas adalah sebuah refleksi tentang kondisi suatu perusahaan yang di nilai melalui alat-alat analisis laporan keuangan sehingga dapat dipakai untuk mengetahui baik atau buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan. Kinerja Profitabilitas dapat mengukur dan menyajikan prestasi kerja suatu perusahaan dalam periode tertentu. Tampubolon (2005) menyebutkan Kinerja Profitabilitas adalah pengukuran yang ditimbulkan sebagai akibat dari proses pengambilan keputusan manajemen karena melibatkan pemanfaatan modal, efisiensi dan rentabilitas dari aktivitas perusahaan.

Subramanyam dan Wild (2010) dalam (Bahy & Wibisono, 2017) Kinerja Profitabilitas adalah mengakui pendapatan dan mengaitkan biaya untuk mendapatkan laba yang lebih unggul dibandingkan dengan arus kas untuk menilai

Kinerja Profitabilitas. Memastikan bahwa semua pendapatan yang dihasilkan dalam suatu periode telah diakui dan memastikan bahwa beban yang dicatat pada suatu periode hanya beban yang berkaitan dengan periode tersebut.

Indra Bastian (2001) dalam (Luh et al., 2013) menyebutkan Kinerja Profitabilitas sebagai gambar mengenai tingkat keberhasilan dalam menjalankan suatu kegiatan/program dalam tujuan mencapai sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang terdapat dalam perumusan, skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi, secara umum dapat juga didefinisikan bahwa kinerja adalah sebuah prestasi yang dapat dicapai oleh organisasi dalam periode tertentu. Dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah ukuran dari baik buruknya suatu usaha dalam menjalankan tanggung jawab mereka kepada pihak principal serta usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga dapat memperoleh keberhasilan dan prestasi.

Tujuan dari manajemen adalah untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan harus menggunakan keunggulan dan kekuatan perusahaan serta secara terus menerus dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada. Salah satu caranya adalah melakukan pengukuran Kinerja Profitabilitas yang akurat dengan menganalisa laporan keuangan menggunakan rasio-rasio keuangan. Hasil pengukuran terhadap pencapaian kinerja dapat dijadikan sebagai dasar bagi manajemen untuk melakukan optimalisasi kinerja pada periode berikutnya dan dapat dijadikan acuan dalam pemberian *reward and punishment* terhadap manajer dan anggota organisasi.

Pengukuran Kinerja Profitabilitas yang dilakukan setiap periode waktu tertentu dapat memberikan manfaat untuk menilai kemajuan yang telah dicapai perusahaan dan menghasilkan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen serta dapat memberikan nilai perusahaan itu sendiri kepada para *stakeholder*. Ukuran/*size* suatu perusahaan bisa mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Pada umumnya perusahaan dengan ukuran besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyebutkan bahwa perusahaan besar memiliki beban keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2011). Oleh karena itu, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dengan tujuan untuk mengurangi beban keagenan tersebut.

Nilai perusahaan yang maksimum merupakan tujuan dari manajemen keuangan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut, masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana atau kreditur. Jika kegiatan usaha perusahaan berjalan dengan lancar, maka nilai saham perusahaan akan naik, sedangkan nilai hutang perusahaan (obligasi) tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat diartikan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa adalah indeks yang tepat untuk menilai tingkat efektifitas perusahaan.

Perusahaan yang baik disebut mempunyai nilai Kinerja Profitabilitas yang baik. Nilai perusahaan dapat dilihat dari beberapa hal salah satunya dari harga sahamnya. Jika harga sahamnya tinggi dapat dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama dari perusahaan adalah mencapai nilai perusahaan yang

optimal melalui peningkatan kesejahteraan pemilik atau para pemegang saham (Luh et al., 2013).

Dalam konsep teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, tekanan politis yang dimaksud adalah tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang besar merupakan sebuah pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hidayansyah et al., 2015). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keberlanjutan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang kedepannya bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

2.1.8.1 ROA (*Return On Assets*)

Return on Asset adalah salah satu alat ukur Kinerja Profitabilitas perusahaan. ROA adalah bentuk dari rasio profitabilitas yang dibuat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan keseluruhan assetnya untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2014).

2.1.8.2 ROE (*Return On Equity*)

Return On Equity juga merupakan salah satu alat ukur Kinerja Profitabilitas dengan cara membuat perbandingan atau komparasi untuk melihat kemampuan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan tersebut. ROE merupakan alat ukur yang cukup sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi (Kasmir, 2014).

2.1.8.3 NPM (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menunjukkan tingkat kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan

keuntungan bersih. *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih yang diperoleh dengan penjualan dalam suatu periode tertentu. Semakin besar *Net Profit Margin* berarti semakin tinggi tingkat efisiensi perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya yang berhubungan dengan kegiatan operasinya (Robert, 1997).

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Profitabilitas dengan pemoderasi *Corporate Tax Behaviour*, penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu terkait hubungan CSR dengan Kinerja Profitabilitas dan penelitian terdahulu terkait hubungan CSR dengan pajak.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Tax Behavior*

No	Peneliti	(+)	(-)	(0)	Keterangan
1	Fallan & Fallan, 2019		V		Terdapat pengaruh negatif antara perilaku pajak-agresif perusahaan dan tingkat pengungkapan lingkungan wajib
2	Hidayat et al., 2018		V		Pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak membuktikan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ETR. Nilai ETR yang tinggi menggambarkan TAG yang rendah.
3	Hoi et al., 2013	V		V	Hasil penelitian menunjukkan CSR berpengaruh positif Tax Agresivity (TAG) dan juga tidak ada hubungan antara CSR dan Tax Agresivity (TAG)
4	Lanis & Richardson,		V		Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh negatif antara perilaku pajak-agresif perusahaan

	2012				dengan CSR
5	Lanis & Richardson, 2013	V			Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara perilaku pajak-agresif perusahaan dengan CSR
6	Lanis & Richardson, 2016		V		Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh negatif antara perilaku pajak-agresif perusahaan dengan CSR
7	Landry et al., 2013	V	V	V	Tidak ditemukan hubungan yang unik atau hasil yang beragam antara TAG dan CSR
8	Muller & Kolk, 2015		V		Terdapat hubungan negative antara TAG dan CSR

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Profitabilitas

No	Peneliti	(+)	(-)	(0)	Keterangan
1	William, 2012	V			Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari besarnya skor pengungkapan CSR perusahaan secara keseluruhan terhadap nilai perusahaan
2	Diah, 2012	V			Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return on Asset (ROA).
3	Lindrawati, 2008			V	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh signifikan terhadap ROI
4	Luh et al.,	V			Hasil penelitian terkait CSR dan Kinerja

	(2013)				Profitabilitas yaitu CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5	Hidayansyah et al., (2015)	V			Membuktikan secara empiris bahwa terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.
6	Fiori et al., (2006)			V	Tidak terdapat pengaruh antara variabel CSR dengan nilai perusahaan

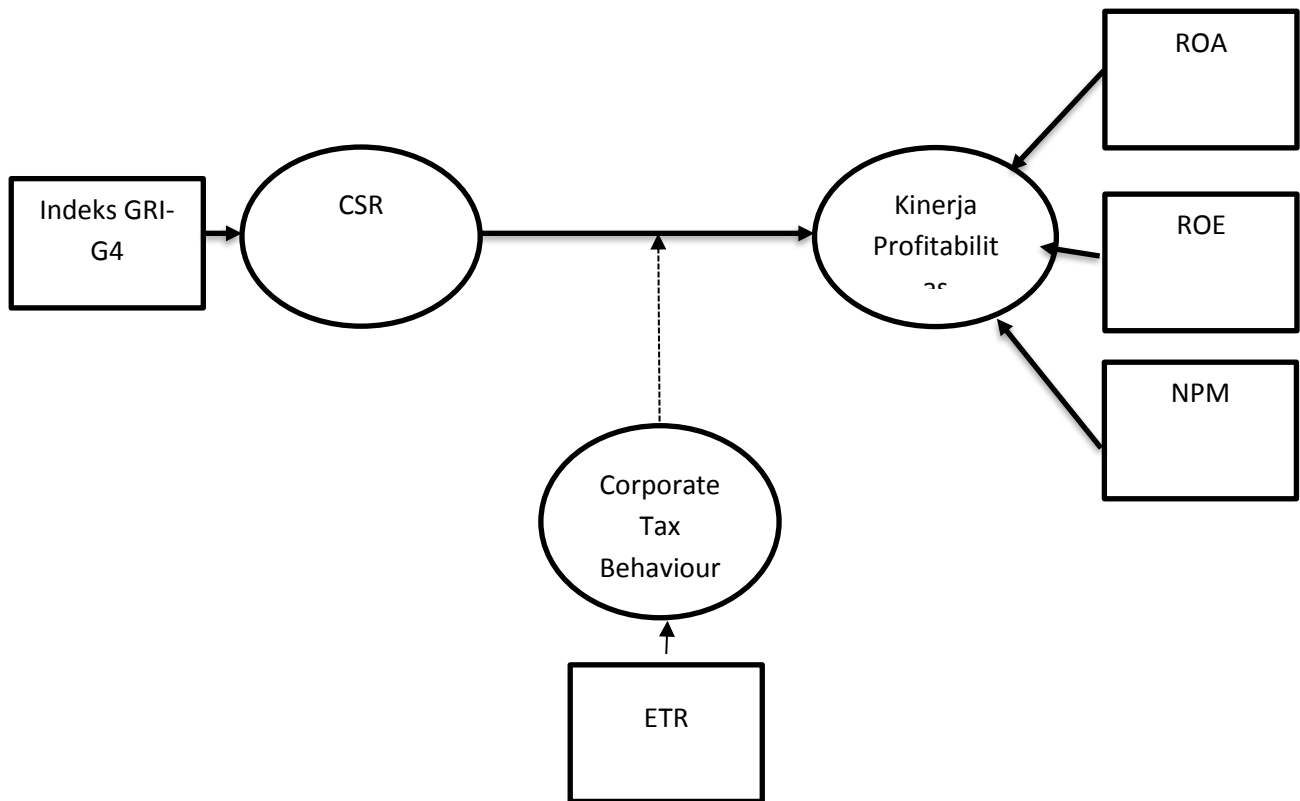
Dari hasil penelitian tersebut diatas diketahui bahwa terdapat beragam hasil penelitian terkait *Corporate Social Responsibility* dengan *Corporate Tax Behavior/TAG*. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian terkait *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Profitabilitas.

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan melihat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diukur dari pengungkapan indeks GRI-G4 (*Global Reporting Index*) pada *Sustainability Report* perusahaan terhadap Kinerja Profitabilitas diukur dengan *Return on Asset*, *Return on Equity* dan *Net Profit Margin* (NPM). Pemoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Kinerja Profitabilitas dalam penelitian ini adalah (*Corporate Tax Behaviour*) yang diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR).

Beberapa hal yang telah dijelaskan pada landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam model penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model Penelitian



Gambar 2.1 (Model Penelitian) dapat dijelaskan bahwa variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang diukur dengan indeks pengungkapan *Global Reporting Initiative* (GRI) G-4. *Global Reporting Initiative* (GRI) G-4 yang meliputi indikator lingkungan, indikator sosial, dan indikator ekonomi, sedangkan variabel dependen (variabel terikat) penelitian ini adalah Kinerja Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) sedangkan *Corporate Tax Behaviour* adalah variabel pemoderasi yang diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR).

2.4 Pengembangan Hipotesis

Penelitian terkait hubungan antara CSR dan Kinerja Profitabilitas telah banyak dilakukan, dengan hasil yang juga bervariasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah (2012), menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return on Asset* (ROA). Lindrawati (2008) menyimpulkan analisis yang dilakukan yaitu dengan regresi sederhana menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE, namun CSR berpengaruh signifikan terhadap ROI. Hamdani (2014) dalam penelitiannya tentang CSR, Kinerja Profitabilitas dan Harga Saham memberikan hasil bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Profitabilitas.

Luh et al., (2013) juga melakukan penelitian terkait CSR dan Kinerja Profitabilitas hasilnya CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hidayansyah et al., (2015) juga membuktikan secara empiris bahwa terdapat hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilaksanakan oleh Fiori et al., (2006) serta Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) menghasilkan hal yang tidak sama yang mana tidak terdapat pengaruh antara variabel CSR dengan nilai perusahaan. Tjia dan Setiawati (2012) juga tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara CSR dan Kinerja Profitabilitas.

CSR adalah konsep yang luas dan heterogen. Kinerja Profitabilitas dan risiko legitimasi cenderung berbeda di antara elemen CSR, dan agregasi dapat secara acak mengimbangi/mencairkan hubungan yang berbeda. Secara empiris, arah dan signifikansi hubungan antara CTB dan beberapa elemen CSR individu berbeda di antara elemen CSR dalam semua studi yang diidentifikasi yang menganalisis hal

ini (Huseynov & Klamm, 2012; Laguir dkk., 2015; Landry dkk., 2013; Lanis & Richardson, 2012, 2015; Preuss, 2010, 2012).

Dikarenakan hasil penelitian yang masih beragam, penelitian ini mencoba untuk melihat kembali pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Profitabilitas dengan menambahkan hubungan pemoderasi variabel *Corporate Tax Behaviour* (CTB) untuk melihat elemen *trade off* antara pelaksanaan CSR dan kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan. Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat dirumuskan hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H1: Diduga Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kinerja Profitabilitas

Selama beberapa tahun terakhir, studi tentang hubungan CTB-CSR telah muncul. Sebagian besar penelitian meneliti hubungan antara TAG dan konsep CSR agregat (Fallan & Fallan, 2019). Hasil keseluruhannya bervariasi. Fallan & Fallan (2019) menemukan terdapat hubungan negatif antara perilaku pajak-agresif perusahaan dan tingkat pengungkapan lingkungan wajib.

Perusahaan-perusahaan yang melakukan pemenuhan pengungkapan lingkungan dengan baik juga cenderung tidak melakukan penghindaran pajak agresif dan mematuhi peraturan pajak. Beberapa studi menemukan hubungan positif sejalan dengan *trade-off* di seluruh elemen CSR, yang lain tidak menemukan hubungan yang unik atau hasil yang beragam misalnya penelitian, Landry et al., (2013) (dalam Fallan & Fallan, 2019), sementara beberapa

menunjukkan bahwa perusahaan dengan kinerja CSR yang tinggi kurang agresif pajak (Lanis & Richardson, 2012) ; (Muller & Kolk, 2015).

Eksplorasi mengenai apakah ada hubungan yang stabil, atau untuk menjelaskan temuan campuran, faktor mediasi seperti kinerja pendapatan (Watson, 2015 dalam (Fallan & Fallan, 2019), biaya pajak (Huseynov & Klamm, 2012 dalam (Fallan & Fallan, 2019) dan struktur kepemilikan dan internasionalisasi ((Muller & Kolk, 2015) telah disarankan. Hasil berbeda antara dan dalam studi, bahkan untuk studi perusahaan serupa dalam satu negara (Lanis & Richardson, 2012).

Corporate Tax Behaviour (CTB) ditambahkan sebagai variable pemoderasi untuk melihat elemen *trade off* antara pelaksanaan CSR dan kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan. Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat dirumuskan hipotesis ke dua penelitian ini sebagai berikut:

H2: Diduga *corporate tax behaviour* memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan Kinerja Profitabilitas.