

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Review Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. Berikut penelitian yang mendukung.

Safitriyani (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility, leverage dan intensitas modal terhadap agresivitas pajak dengan kepemilikan institutional dengan variable moderasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan sampel perusahaan manufaktur. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive* sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *regresi linier berganda* dan *regresi moderat*. Hasil penelitian ini bahwa *corporate social responsibility* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, *intensitas modal* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Nur fidayanti (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility dan leverage terhadap agresivitas pajak dengan komisaris independen dan kepemilikan instutional sebagai variable moderating. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan properti, *real esatate* dan kontruksi bangunan. Penentuan sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh kepada agresivitas pajak dan *leverage* perpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Variable kepemilikan institutional dapat memoderasi pengaruh *leverage* serta *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

Eva trisna (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility, inventory intensity dan capital intensity terhadap agresivitas pajak dengan kualitas audit sebagai variable moderasi. Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan metode kuantatif dengan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa *corporare social responsibility* berpengaruh negatif

terhadap agresivitas pajak. Dan hasil penelitian ini menghasilkan bahwa kualitas audit memperlemah hubungan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak, akan tetapi memperkuat hubungan *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak dan tidak dapat memoderasi hubungan antara *capital intensity* terhadap agresivitas pajak.

Meiga sigma (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh leverage, dewan komisaris independen terhadap corporate social responsibility dengan agresivitas pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan analisis *regresi linier berganda*. Penelitian ini menghasilkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap *corporate social responsibility*. Dewan komisaris independen berpengaruh signifikan dan positif terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan, *agresivitas pajak* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Kholid hidayat (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak dengan intensitas pajak sebagai pemoderasi. Cara pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan dan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Maya refina (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh corporate social responsibility, kepemilikan keluarga, dan corporate governance terhadap agresivitas pajak dengan koneksi politik sebagai variabel moderasi. Pengolahan data penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan menganalisis hipotesis menggunakan analisis *regresi berganda modal data panel*. Penelitian ini menghasilkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak dan kepemilikan keluarga berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. *Koneksi politik* mampu memperlemah positif *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak akan tetapi *koneksi politik* mampu memperlemah pengaruh positif *corporate social responsibility*.

Daisy puspita (2020) melakukan penelitian ini tentang pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak yang di moderasi dengan mekanisme corporate governance. Penelitian ini menggunakan teknis analisis regresi data panel. Penelitian ini menghasilkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dan *komite audit* tidak memoderasi hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, *komisaris independen* juga tidak berpengaruh signifikan oleh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

Ida bagus (2019) melakukan penelitian ini tentang pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan tingkat likuiditas pada agresivitas pajak dengan kepemilikan institusional sebagai variable moderasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *uji moderated regression analysis*. Hasil dari penelitian ini bahwa tingkat *likuiditas* berpengaruh positif pada agresivitas pajak dan kepemilikan institusional dapat memperlemah *likuiditas* pada agresivitas pajak. Dan *kepemilikan institusional* tidak dapat memoderasi pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

Dewi kusuma (2022) melakukan penelitian ini tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak dengan corporate governance sebagai variable moderasi. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposie sampling*. Penelitian ini memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak dan *corporate governance* mampu memoderasi *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

Munika (2019) melakukan penelitian ini tentang pengaruh corporate social responsibility dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dan penelitian ini menggunakan *metode purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *CSR* dimensi sosial, *CSR* dimensi lingkungan, *CSR* dimensi *corporate governance* dan

manajemen laba berpengaruh positif. Sedangkan, *CSR* dimensi ekonomi berpengaruh negatif.

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi diartikan sebagai teori yang berfokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menjabarkan bahwa organisasi ialah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat. Teori legitimasi sebagai persepsi atau asumsi umum bahwa suatu tindakan yang diinginkan perusahaan harus sesuai dengan sistem yang dibangun secara sosial yang memperhatikan norma, kepercayaan, dan ketentuan (Hummel dan Schlick, 2016). Bahwa kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan harus sesuai dengan peraturan yang ada di masyarakat sehingga keadaan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan cara membayar pajak yang sudah menjadi tanggungan tanpa adanya praktik perencanaan agresivitas pajak sehingga akan menjalin hubungan yang baik dengan pemerintahan baik dengan pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Legitimasi dianggap sangat penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan yang akan datang.

Teori ini menjadi relevan dengan fenomena penelitian ini karena adanya persepsi bahwa pengungkapan lingkungan sangat penting dan bermanfaat untuk pemulihan, peningkatan serta mempertahankan legitimasi perusahaan sehingga membutuhkan aksi lingkungan yang sangat efektif. Teori legitimasi didasarkan persepsi, akan tetapi persepsi tidak cukup. Perusahaan juga harus mengimplementasikannya dengan tanggung jawab sosial dan didukung pengungkapannya, mempublikasikan serta melaporkan dan laporan tahunan perusahaan (Magness dan Fashikbah et al., 2018).

Didalam penelitian ini, teori legitimasi memiliki implikasi yang relevan untuk menjelaskan variabel corporate social responsibility. Perusahaan harus mengikuti dan menaati regulasi yang berlaku di lingkungan di mana perusahaan beroperasi, terutama yang berkaitan dengan kegiatan operasional. Sehubungan dengan hal ini, perusahaan juga diharapkan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan dapat mengimplementasikan program CSR sehingga masyarakat sekitar dapat merespons keberadaan perusahaan dengan positif.

2.2.2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* telah mengubah pandangan manajemen bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk keuntungan sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi pemangku kepentingannya. Konsep pemangku kepentingan adalah konsep yang menjelaskan kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. Teori stakeholder adalah suatu konsep yang menjelaskan bahwa perusahaan harus memenuhi tanggung jawabnya terhadap semua pihak yang terkait (Freeman & Reed, 1983). Keberhasilan perusahaan tidak dapat tercapai dengan optimal tanpa dukungan dari para *stakeholder*.

Pengembangan teori *stakeholder* oleh (Freeman & Reed, 2001) memperkenalkan konsep pemangku kepentingan dalam dua model yaitu: (1) model kebijakan dan perencanaan bisnis dan (2) model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen pemangku kepentingan. Model pertama berfokus pada pengembangan dan evaluasi persetujuan keputusan strategis perusahaan dengan kelompok-kelompok yang mendukung kelangsungan usaha. Didalam konteks teori pemangku kepentingan ini, fokusnya adalah pada cara-cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingannya. Adapun model kedua, perencanaan perusahaan dan analisis diperluas dengan memasukkan pengaruh eksternal yang mungkin berlawanan bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini, teori *stakeholder* menjelaskan bahwa manajemen harus membuat keputusan dengan mempertimbangkan kepentingan pihak lain selain pemangku kepentingan, seperti pegawai, pelanggan, pejabat pemerintah, dan masyarakat. Pembayaran pajak perusahaan membantu menjamin pembiayaan barang publik (Lanis & Richardson, 2013). Tindakan pajak yang agresif memungkinkan perusahaan menikmati manfaat kewarganegaraan tanpa biaya (Amidu et al., 2016). Agresivitas pajak akhirnya dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial oleh Lanis dan Richardson (2012), yang dapat berdampak negatif pada masyarakat (Freeman & Reed, 2001). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah inisiatif perusahaan untuk memenuhi kebutuhan stakeholder karena stakeholder tidak hanya memperhatikan kesehatan finansial perusahaan, tetapi juga kesehatan non-finansialnya. Semakin efektif kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, semakin besar dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan.

2.2.3. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility adalah bentuk tanggung jawab yang dijalankan oleh perusahaan terhadap semua pihak yang berkepentingan di perusahaan untuk bertindak sesuai dengan prinsip moral (Wibisono, 2007: 8). Tentu saja, perusahaan memerlukan dana untuk melaksanakan kegiatan CSR. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 93 Tahun 2010, beberapa jenis biaya CSR dapat dikurangkan dari penghasilan yang dikenakan pajak. Namun, dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 76/PMK.03/2011, dijelaskan secara rinci tentang prosedur dan pelaporan biaya yang dapat mengurangi penghasilan yang dikenakan pajak bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR.

ISO 26000 adalah sebuah panduan lengkap yang dibuat dengan dukungan dari Organisasi Internasional untuk Standarisasi (ISO) dan merupakan salah satu kontribusi terbaru dalam pengembangan CSR dalam praktik dan konsep (Moratis, 2016). Panduan ini memberikan bantuan tentang prinsip-prinsip yang menjadi dasar tanggung jawab sosial, mengakui tanggung jawab sosial dan melibatkan para pemangku kepentingan, topik inti dan isu-isu yang berkaitan dengan tanggung

jawab sosial, serta cara-cara untuk mengintegrasikan perilaku yang bertanggung jawab secara sosial ke dalam organisasi (GRI G4 Guidelines dan ISO 26000: 2010). Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) bisa diuraikan menjadi tiga (Crowther and Guler, 2008), yaitu:

1. Keberlanjutan, berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan (*Activity*) dengan mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. Pertanggungjawaban, merupakan upaya perusahaan untuk menjadi terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang sudah dilakukan.
3. Keterbukaan, merupakan prinsip yang sangat penting bagi pihak eksternal, berperan dalam mengurangi ketidakseimbangan informasi, kesalahpahaman, terutama informasi dan pertanggungjawaban dari berbagai dampak lingkungan dan sosial yang dihasilkan oleh kegiatan perusahaan.

Crowther dan Guler (2008) menyatakan bahwa perusahaan harus menjalankan tiga jenis tanggung jawab yang berbeda-beda secara bersamaan terhadap pemangku kepentingan. Ketiga jenis tanggung jawab tersebut harus dijalankan secara seimbang. Ketiga jenis tanggung jawab tersebut meliputi:

1. Tanggung jawab ekonomi, di mana perusahaan dibentuk dengan tujuan menghasilkan keuntungan yang optimal.
2. Tanggung jawab hukum, meskipun tujuan perusahaan adalah menghasilkan keuntungan, dalam menjalankan kegiatan operasinya, perusahaan harus mematuhi berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai bentuk tanggung jawab sosial.
3. Tanggung jawab sosial, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan pemangku kepentingan.

Pentingnya CSR harus menjadi bagian integral dari sistem manajemen, praktik bisnis, dan budaya organisasi. Kini, semakin mendesak untuk menempatkan CSR sebagai kebutuhan hakiki. Hal ini disebabkan pertama, tindakan tersebut akan

memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan kedua, karena bisnis modern dihadapkan pada tekanan eksternal untuk peduli pada isu-isu sosial dan lingkungan. Tekanan ini berasal dari berbagai pelaku pasar, khususnya investor dan kreditor yang semakin memperhatikan dan sensitif terhadap masalah CSR karena terkait dengan risiko dan prospek investasi dan kredit.

2.2.4. Komisaris Independen

Komisaris independen ialah individu yang tidak mempunyai afiliasi dengan para pemegang saham, direksi, atau dewan komisaris, serta tidak memegang jabatan direksi di perusahaan yang bersangkutan. Peran penting dari seorang komisaris independen adalah sebagai pengawas dan pemandu untuk memastikan perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Seorang komisaris independen bertindak strategis sebagai mediator antara manajemen perusahaan dan pemilik perusahaan dalam mengambil keputusan atau kebijakan, untuk memastikan bahwa keputusan tersebut tidak melanggar peraturan yang berlaku, termasuk dalam hal perpajakan (Ardyansah dan Zulaikha, 2014). Menurut POJK nomor 33/POJK.04/2014 tentang direksi dan komisaris emiten atau perusahaan publik pasal 20, dewan komisaris paling kurang terdiri dari 2 orang anggota dewan komisaris, dalam hal dewan komisaris terdiri dari 2 orang anggota dewan komisaris,1 diantaranya adalah komisaris independen. Komisaris independen adalah bagian dari dewan komisaris, dimana dewan komisaris terdiri lebih dari 2 orang, dan anggota komisaris independen wajib paling sedikit sebanyak 30% dari total keseluruhan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan efek dan memenuhi persyaratan dengan 1 diantara anggota dewan komisaris diangkat menjadi komisaris utama atau presiden komisaris.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2014), jumlah komisaris independen harus setidaknya 30 persen dari total dewan komisaris. Tugas komisaris independen adalah memastikan pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen terkait pengelolaan bisnis, dan memastikan akuntabilitas perusahaan (Anam dan Liyanto 2019). Komite independen bertanggung jawab untuk mengawasi secara netral dan memberikan arahan mengenai pengelolaan perusahaan.

2.2.5. Intensitas Modal

Intensitas modal adalah tingkat pengeluaran investasi yang dilakukan oleh perusahaan pada aset tetap dan persediaan (Muzakki dalam Dwiyanti & Jati, 2019). Sementara itu, menurut Iman dan Susi (2019), intensitas modalisasi adalah keputusan yang diambil oleh manajer untuk meningkatkan laba perusahaan melalui investasi dalam bentuk aset tetap perusahaan. Menurut Dwiyanti & Jati (2019), Intensitas Modal (Capital Intensity) mencerminkan seberapa besar perusahaan mengalokasikan asetnya pada aset tetap. Aset tetap yang dimiliki perusahaan memungkinkan perusahaan untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan setiap tahunnya sebagai akibat dari penyusutan aset tetap. Hampir semua aset tetap akan mengalami penyusutan, yang akan tercatat sebagai biaya penyusutan dalam laporan keuangan perusahaan. Namun, biaya ini dapat dikurangkan dari penghasilan saat perhitungan pajak, sehingga semakin besar biaya penyusutan, semakin rendah tingkat pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Teori Intensitas Modal berkaitan dengan upaya pengurangan pajak karena mencerminkan seberapa besar perusahaan menginvestasikan aset dalam bentuk persediaan dan aset tetap (Gian, 2022). Intensitas modal adalah persentase dari masing-masing jenis modal (hutang dan saham) yang digunakan perusahaan dalam menentukan kebijakan pendanaan perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara hutang dan ekuitas dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Pertumbuhan Penjualan mencerminkan kenaikan jumlah penjualan dari periode ke periode berikutnya dan merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan stabilitas ekonomi bisnisnya di tengah pertumbuhan sektor usahanya (Howard et al., 2002). Untuk mengukur intensitas modal, digunakan pengukuran rasio intensitas aset tetap. Rasio ini berguna untuk menunjukkan proporsi aset tetap dalam total aset perusahaan. Selain itu, intensitas aset tetap juga dapat mengindikasikan besarnya investasi perusahaan pada aset tetap. Dalam studi Puspita & Febrianti (2018), disebutkan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan pengurangan pajak jika memilih untuk berinvestasi dalam bentuk aset atau modal melalui depresiasi.

2.2.6. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak oleh perusahaan adalah strategi yang dirancang untuk meningkatkan pendapatan yang dikenakan pajak melalui perencanaan pajak yang dapat dilakukan secara sah (tax avoidance) maupun tidak sah (tax evasion) untuk memperoleh keuntungan (Frank, Lynch, & Rego dalam Surya & Noerlaela, 2018). Permasalahan agresivitas pajak sedang menjadi topik yang populer di kalangan masyarakat saat ini dan terjadi di hampir semua perusahaan besar dan kecil di seluruh dunia (Indradi, 2018). Agresivitas pajak merupakan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk memanipulasi jumlah pendapatan yang dikenai pajak dengan menggunakan metode yang sah atau tidak sah (Frank et al, 2009). Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas fiskal disebabkan oleh keinginan untuk mengurangi pajak yang harus dibayarnya dengan cara meminimalkan pendapatan yang dikenai pajak perusahaan. Tindakan ini merupakan upaya untuk mengelak dari pembayaran pajak (Simorangkir, Subroto & Andayani, 2018).

Suandy (2008) mengemukakan bahwa pajak memiliki dua peran, yaitu: (1) Peran Fiskal (sumber dana negara), karena pajak merupakan sumber pendapatan utama bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan pembangunan. (2) Peran Regulatif (pengatur), pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur masyarakat atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial, ekonomi, dan politik dengan tujuan tertentu.

Tindakan agresif dalam membayar pajak oleh perusahaan akan mengurangi pembayaran pajak demi mencapai keuntungan. Perusahaan akan memperoleh keuntungan finansial dan shareholder yang tinggi dengan membayar pajak yang rendah.

2.2.7. Kualitas Audit

Kualitas audit harus terkait erat dengan tugas-tugas yang dilaksanakan oleh auditor. Sebab, hanya berdasarkan mutu pelaksanaan tugas tersebut, kualitas audit dapat diukur. Kualitas audit memang tidak selalu sama di setiap firma akuntansi, terutama antara firma-firma dengan ukuran yang berbeda secara signifikan. Mutu auditor yang berpengalaman dalam mengaudit di suatu industri tentunya akan

berbeda dengan auditor yang belum berpengalaman dalam mengaudit di industri tersebut. Akan tetapi, hal tersebut tidak berarti bahwa kualitas audit dapat diukur dengan ukuran firma akuntansi atau spesialisasi firma akuntansi.

Menurut De Angelo (1981), kualitas audit adalah kemungkinan (joint probability) dimana seorang auditor akan menemukan dan melaporkan pelanggaran yang ada dalam sistem akuntansi kliennya. Menurut Liu dan Wang (1999), kualitas audit adalah probabilitas bahwa auditor tidak akan melaporkan laporan audit dengan opini wajar tanpa pengecualian untuk laporan keuangan yang mengandung kekeliruan material. Menurut Watkins et al (2004), kualitas audit adalah kemungkinan dimana auditor akan menemukan dan melaporkan salah saji material dalam laporan keuangan klien. Menurut De Angelo (1981), kualitas audit adalah kemungkinan (joint probability) dimana seorang auditor akan menemukan dan melaporkan pelanggaran yang ada dalam sistem akuntansi kliennya. Menurut Liu dan Wang (1999), kualitas audit adalah probabilitas bahwa auditor tidak akan melaporkan laporan audit dengan opini wajar tanpa pengecualian untuk laporan keuangan yang mengandung kekeliruan material. Menurut Watkins et al (2004), kualitas audit adalah kemungkinan dimana auditor akan menemukan dan melaporkan salah saji material dalam laporan keuangan klien.

2.3. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Agresivitas Pajak*

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan harus mematuhi peraturan atau nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Selain itu, perusahaan juga harus melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik terhadap masyarakat sekitar. Teori legitimasi digunakan perusahaan untuk menjaga citra perusahaan di mata masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi (Makhfudloh et al., 2018). Ketika perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas, seharusnya perusahaan tidak melakukan tindakan agresivitas pajak baik legal maupun ilegal. Karena tindakan tersebut akan memberikan citra buruk di mata masyarakat ataupun pihak yang berkepentingan Nurcahyono & Kristiana, (2019). Hal ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memilih

kegiatan CSR yang dapat dikategorikan sebagai biaya yang dapat dikurangkan dalam perhitungan pajak penghasilan dan mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Aalin (2018), Sandra dan Anwar (2018), Andhari dan Sukartha (2017), Mustika (2017) dan Oktaviana et al (2017) membuktikan bahwa CSR mempengaruhi agresivitas pajak. Sementara itu, penelitian yang dilakukan Makhfudloh, Herawati, dan Wulandari (2018), Fionasari (2017), dan Utami et al (2018), menunjukkan bahwa CSR tidak memengaruhi agresivitas pajak. Perusahaan yang beroperasi di Indonesia harus menunaikan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pajak yang dibayarkan oleh perusahaan dapat dihubungkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) jika pembayarannya memberikan dampak positif bagi masyarakat. CSR dapat memengaruhi besaran pajak yang harus dibayar oleh perusahaan atau dapat menyebabkan perusahaan melakukan tindakan penghindaran pajak yang agresif. Perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur, yaitu perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi produk jadi melalui proses produksi, harus memperhatikan dampak kegiatan produksinya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 mengatur kewajiban perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya .

H1 : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

2. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak

Teori *Stakeholder* digunakan perusahaan guna untuk pengambilan keputusan majeral membuat perusahaan berusaha memberikan informasi yang bermanfaat bagi para *stakeholder* dan menjelaskan tentang hubungan antara perusahaan dalam menjalankan kegiatannya dengan para stakeholdernya (pemegang saham, kreditur, pemerintah, masyarakat, konsumen, supplier, analis dan pihak lain) Lasmaria, (2014). Menurut UU No. 40 Tahun 2007, komisaris independen adalah individu dari luar perusahaan yang tidak terikat dengan pemilik saham utama, anggota dewan, dan manajemen yang ditunjuk oleh keputusan RUPS. Para komisaris independen mendesak agar dewan komisaris mampu mengatur dan memberikan instruksi kepada dewan lain untuk memastikan manajemen mematuhi peraturan

yang berlaku. Menurut Peraturan OJK Nomor 57/POJK.04/2017, minimal 30% dari total dewan komisaris harus terdiri dari komisaris independen. Semakin banyak jumlah komisaris independen, semakin baik pengawasan karena fungsi pemantauan kinerja manajemen dapat berjalan secara optimal. Atami (2017) mengungkapkan bahwa posisi yang paling efektif dalam memantau penciptaan struktur pengelolaan yang baik di perusahaan dan mengurangi pelanggaran adalah dengan menunjuk komisaris independen. Imam (2016) sebelumnya telah meneliti dan menyimpulkan bahwa semakin banyak jumlah komisaris independen, semakin baik kontrol terhadap kinerja manajemen, sehingga dapat menurunkan tingkat agresivitas perpajakan. Sebagai pengawas dan pembimbing, peran komisaris independen sangat penting dalam menjaga agar perusahaan beroperasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Menurut penelitian Susanto, Yanti, dan Viriany (2018), semakin banyak jumlah komisaris independen yang terlibat dalam suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang terjadi. Dengan adanya komisaris independen sebagai alat pengawasan dalam perusahaan, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam menurunkan tingkat agresivitas pajak.

H2 : Pengaruh Komisaris Independen berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

3. Pengaruh Intensitas Modal terhadap Agresivitas pajak

Untuk meningkatkan produksi, dapat diterapkan kebijakan intensitas modal. Intensitas modal mengacu pada jumlah modal yang dimiliki oleh perusahaan dalam bentuk aset tetap yang diinvestasikan Muzakki & Darsono, (2015). Jika perusahaan memiliki lebih banyak aset, biaya penyusutannya juga akan semakin besar. Biaya penyusutan digunakan untuk memperkirakan nilai manfaat ekonomis aset pada periode akuntansi. Semakin besar biaya penyusutan, semakin besar deductible expense, dan semakin kecil pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Sebelumnya, Hazir (2019) telah melakukan penelitian mengenai intensitas modal sebagai variabel. Studi yang dilakukan oleh Ayem dan Setyadi (2019) dan Andhari dan Sukartha (2017) menunjukkan bahwa keterlibatan modal memiliki pengaruh pada kecenderungan agresivitas dalam membayar pajak. Hal ini mengindikasikan

bahwa keterlibatan modal berhubungan dengan kecenderungan agresivitas dalam membayar pajak. Jika keterlibatan modal meningkat, maka perusahaan akan semakin cenderung agresif dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

H3 : Pengaruh Intensitas Modal berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

4. Kualitas Audit dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan agresivitas pajak

Probabilitas penilaian pasar terhadap kemampuan auditor tertentu untuk mendeteksi pelanggaran dalam sistem akuntansi klien dan melaporkannya sebagai pelanggaran dalam sistem audit akuntansi adalah apa yang disebut sebagai kualitas audit (DeAngelo, 1981). Dalam teori keagenan, terdapat pemisahan antara agen dan prinsipal, dimana auditor berperan sebagai perantara antara keduanya. Kualitas audit yang baik dan kompeten dapat mengurangi kemungkinan terjadinya penipuan oleh agen. Spesialisasi auditor mengacu pada kemampuan dan pengalaman auditor dalam melakukan audit pada industri tertentu, sehingga auditor dianggap lebih memahami industri klien dan dapat menjaga kualitas audit laporan keuangan (Jaiman dkk, 2022). Perusahaan menunjukkan tanggung jawab sosialnya melalui program CSR dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata pihak eksternal. Audit juga memainkan peran penting dalam memeriksa laporan keuangan yang mempengaruhi informasi laba perusahaan, sehingga pihak eksternal dapat membuat keputusan yang tepat (Sitepu dkk, 2022). Dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, keterlibatan CSR akan membantu auditor yang ahli dalam menyelidiki kemungkinan praktik kecurangan untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan.

H4: Kualitas Audit dapat memoderasi hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan Agresivitas pajak.

5. Kualitas Audit dapat memoderasi hubungan antara Komisaris Independen dengan agresivitas pajak

Keberadaan komisaris independen di perusahaan bermaksud supaya menyetarakan proses pemungutan hasil, terpenting untuk melindungi pemegang

saham minoritas dan kelompok terikat (Gaaya et al.,2017). Pramesty et al., (2020) menyatakan bahwa komisaris independen dari sebuah perusahaan adalah jenis tata cara perhatian corporate governance, sehingga mampu mengurangi praktik agresivitas pajak. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK. 04/2014 dan Kep-00001/BEI/01-2014 memerintahkan perusahaan untuk memiliki minimal 30% (tiga puluh persen) dari seluruh anggota dewan komisaris sebagai komisaris independen. Jika persentase komisaris independen melebihi 30% (tiga puluh persen), ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melaksanakan *corporate governance* dengan baik dan dapat mengontrol keinginan manajemen perusahaan untuk menghemat pajak dan mengurangi tindakan agresivitas pajak pada perusahaan (Annisa dan Kurniasih, 2012). Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat tempat perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber daya ekonomi (Gozali dan Chairi, 2007). Oleh karena itu, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk tidak merugikan masyarakat dan mematuhi norma-norma sosial yang berlaku di lingkungan perusahaan.

H5 : Kualitas Audit dapat memoderasi hubungan antara Komisaris Independen dengan Agresivitas Pajak

6. Kualitas Audit dapat memoderasi hubungan antara Komisaris Independen dengan agresivitas pajak

Kualitas audit kenaikan intensitas modal, dikarenakan apabila pengusaha melakukan investasi menambah asetnya maka akan meningkatkan beban penyusutan dan akan menambah faktor pengurang laba perusahaan. Hal-hal tersebut perlu dipertimbangkan lagi oleh perusahaan untuk mengelola kepatuhan pajak pada regulator. variabel intensitas modal memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. tidak mampu memoderasi intensitas modal terhadap agresivitas pajak.

H6 : Kualitas Audit tidak dapat memoderasi Intensitas Modal terhadap Agresivitas Pajak

2.4. Kerangka Pemikiran

Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, *Komisaris independen* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan *Intensitas pajak* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat digambarkan hubungan tersebut dalam bagan berikut :

