

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini menyebutkan beberapa studi literatur terdahulu mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan adalah teori *stakeholder*. Selain ini terdapat pula definisi dari *tax avoidance* serta *corporate social responsibility*.

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menurut Freeman dan McVea (2001) adalah pencapaian tujuan organisasi dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh setiap kelompok atau individu. Perusahaan tidak hanya berdiri sebagai entitas sendiri, namun juga banyak pihak yang dapat memengaruhi jalannya perusahaan. Timbulnya pemahaman dan kesadaran bahwa setiap perusahaan memiliki pihak-pihak yang memiliki kepentingan merupakan suatu hal yang mendasari teori *stakeholder* ini muncul. Perusahaan dalam penyusunan kebijakan dan praktik operasi harus melibatkan *stakeholder*, nilai-nilai, ketentuan atau hukum yang berlaku, masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dalam pembangunan berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Freeman, 2004).

Pada dasarnya, perusahaan hanya mementingkan kepentingan mereka sendiri dan hanya mengutamakan keuntungan perusahaan. Perusahaan hanya berorientasi dan mengedepankan laba perusahaan yang tinggi tanpa mempertimbangkan pihak-pihak lain yang mungkin memiliki hubungan dengan kegiatan perusahaan. Namun di era seperti saat ini, perusahaan dituntut untuk selalu menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*-nya. Untuk menciptakan dan meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus melibatkan semua pihak yang terkait. Hal itu tidak dapat dicapai bila perusahaan berjalan sendiri tanpa merangkul *stakeholder*-nya. Arti *stakeholder* disini adalah pihak-pihak yang berhubungan terhadap jalannya perusahaan, seperti karyawan, pemegang saham,

konsumen, komunitas, lingkungan, masyarakat secara luas dan pemerintah. Secara singkat, penjelasan teori *stakeholder* yaitu suatu entitas atau perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap kepentingan sendiri, namun juga harus bertanggung jawab kepada para *stakeholder*-nya.

Teori *stakeholder* ini dapat menjelaskan hubungan antara *corporate social responsibility* dan *tax avoidance*. *Corporate social responsibility* merupakan konsep tata kelola perusahaan yang mendorong suatu perusahaan untuk turut serta berkontribusi kepada pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan jalannya perusahaan (*stakeholder*), pihak-pihak lain dalam hal ini adalah pemerintah. Perusahaan berkontribusi kepada pemerintah salah satu caranya dengan patuh membayar pajak. Artinya, berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan yang memiliki tingkat *corporate social responsibility* yang tinggi memiliki praktik penghindaran pajak yang rendah.

2.1.2 Tax Avoidance

Tax avoidance atau penghindaran pajak merupakan praktik yang sudah marak terjadi di Indonesia, bahkan di dunia. Menurut Darmawan dan Sukartha (2014), penghindaran pajak dapat dibedakan menjadi dua garis besar, yakni penggelapan pajak (*tax evasion*) dan penghindaran pajak (*tax avoidance*). *Tax evasion* merupakan usaha untuk mengurangi pembayaran pajak secara illegal, yang artinya pelaksanaannya melanggar ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku. Sedangkan *tax avoidance* merupakan usaha untuk mengurangi pembayaran pajak perusahaan secara legal karena pelaksanaannya tidak melanggar peraturan perpajakan yang berlaku. Menurut Kurniasih dan Sari (2013), *tax avoidance* merupakan suatu aktifitas efisiensi bagi perusahaan dengan cara yang sah dikarenakan adanya ketidak sempurnaan dalam Undang – Undang Perpajakan. Sedangkan pengertian lain menyebutkan *tax avoidance* adalah tindakan yang mengambil keuntungan dengan memperkecil pajak terutang yang memanfaatkan kelemahan hukum yang ada (Prebble, 2012).

Terdapat tiga karakter utama dari penghindaran pajak berdasarkan *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), yaitu: 1)

Terdapat unsur arifisial dimana berbagai peraturan seolah-olah terkandung di dalamnya padahal tidak dan ini dilakukan karena tidak adanya faktor pajak; 2) Penghindaran pajak sering memanfaatkan *loopholes*/celah dari peraturan perundang-undangan atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal untuk berbagai tujuan. Padahal bukan itu yang sebenarnya dimaksudkan oleh pembuat undang-undang; 3) Kerahasiaan juga sebagai bentuk dari skema penghindaran pajak. Umumnya para konsultan menunjukkan bagaimana melakukan penghindaran pajak dengan syarat klien wajib menjaga tata caranya serahasia mungkin.

Menurut Annisa dan Kurniasih (2008) *tax avoidance* adalah suatu strategi perpajakan yang agresif yang bertujuan untuk mengurangi beban pajak, disisi lain praktik ini juga menimbulkan resiko berupa denda dan turunnya reputasi perusahaan di mata publik. Pada dasarnya kegiatan *tax avoidance* ini dilakukan secara legal atau tidak melanggar ketentuan perpajakan. Hal ini bisa terjadi karena adanya celah pada peraturan perpajakan sehingga hal itu bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan. Secara umum, perusahaan senantiasa berusaha untuk meminimalkan pembayaran pajak sekecil mungkin karena menganggap pajak sebagai beban, dengan catatan tidak melanggar ketentuan perundang-undangan perpajakan. Praktik *tax avoidance* menyebabkan penurunan penerimaan negara dari sektor pajak. Namun jika dilihat dari aspek hukum, penghindaran pajak merupakan tindakan yang sah secara hukum/legal karena tidak ada pasal-pasal atau aturan yang dilanggar (Lasmana dan Tjaraka, 2011).

Finnerty dkk. (2007) menyebutkan beberapa cara dalam meminimumkan dan meringankan beban pajak perusahaan. Adapun beberapa cara tersebut antara lain: 1) Memindahkan subjek dan/atau objek pajak perusahaan ke negara-negara yang memberlakukan perlakuan khusus atau keringanan pajak (*tax haven country*) atas suatu jenis penghasilan (*substantive tax planning*); 2) Penghindaran pajak dengan cara mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi melalui pemilihan formal yang memberikan beban pajak paling kecil (*formal tax planning*); 3) Ketentuan *anti avoidance* atas transaksi *transfer pricing*, *thin capitalization*, *treaty shopping*, dan *controlled foreign corporation* (*Specific Anti*

Avoidance Rule), serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*General Anti Avoidance Rule*).

2.1.3 *Corporate Social Responsibility*

Kotler dan Nancy (2004) mendefinisikan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder* atau pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan untuk berlaku etis. Semakin tinggi *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh perusahaan, perusahaan akan lebih bersikap etis dan bertanggung jawab terhadap komunitasnya (Saraswatie dkk., 2020) Selain itu, CSR juga dapat diartikan sebagai keterlibatan perusahaan dalam kegiatan ekonomi, hukum, etika dan diskresi serta masyarakat secara luas dan pemangku kepentingan lainnya, termasuk konsumen, *supplier*, pemerintah, karyawan dan pemegang saham (Carroll, 1979).

Dalam praktiknya di Indonesia, *corporate social responsibility* juga diatur dalam peraturan perundang-undangan. Peraturan yang mengatur tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam implementasi keuangan berkelanjutan, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, yang dikhususkan untuk perusahaan BUMN.

Terdapat tiga hal pokok mengenai *corporate social responsibility*. Pertama, perusahaan secara sukarela dalam membantu mengatasi masalah sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan berhak memiliki kebebasan untuk melaksanakan praktik CSR atau tidak. Kedua, selain sebagai lembaga yang berorientasi profit, perusahaan mengambil sedikit dari keuntungannya untuk membantu mengurangi kerusakan sosial dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh eksplorasi dan eksploitasi. Ketiga, CSR sebagai bentuk

komitmen perusahaan untuk berkontribusi mengatasi krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus mengalami peningkatan.

Selanjutnya pemahaman tentang *corporate social responsibility* bukan hanya karena pemerintah ikut mengatur CSR di peraturan perundang-undangan, namun perusahaan juga harus ikut aktif dalam mengentaskan masalah-masalah sosial. Yang perlu menjadi dasar pemikiran yaitu suatu perusahaan tidak bisa hidup sendiri dan terisolasi. Perusahaan bisa tumbuh dan berkembang karena adanya masyarakat dan tersedianya sarana dan prasarana dari pemerintah. Jadi konsep CSR tidak hanya memiliki hubungan satu arah saja, namun sebenarnya perusahaan dan pihak-pihak lain saling membutuhkan.

Menurut pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), terdapat tiga dimensi dalam penggolongan *corporate social responsibility* (Chen dan Lee, 2017), yaitu dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial. Dimensi ekonomi mengarah pada dampak ekonomi secara langsung maupun tidak langsung kepada para pemangku kepentingan seperti pemegang saham, klien, pemasok, karyawan, pemodal, pemerintah, maupun masyarakat secara luas. Dimensi lingkungan mencakup berbagai bidang yang menyebabkan dampak lingkungan seperti konsumsi energi, emisi limbah dan lain – lain. Yang terakhir, dimensi sosial dimana dimensi mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan sosial para pihak – pihak yang terkait dengan perusahaan seperti karyawan, hak asasi manusia, produk yang dihasilkan dan masyarakat sekitar.

Program *corporate social responsibility* sangatlah penting dalam suatu organisasi. Setidaknya terdapat beberapa faktor yang menyebabkan CSR begitu penting. Pertama, meningkatnya arus globalisasi yang mengakibatkan tidak adanya sekat antar wilayah di seluruh dunia. Hal ini akan meningkatkan peluang suatu perusahaan untuk melakukan ekspansi ke wilayah/negara baru. Kedua, *corporate social responsibility* merupakan salah satu bahan pertimbangan konsumen dan investor untuk menilai suatu perusahaan. Ketiga, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk memenuhi aspek tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Keempat, organisasi yang peduli pada masalah lingkungan dan sosial menjadi salah satu indikator yang

menunjukkan bahwa organisasi tersebut telah memnuhi standard etika organisasi. Kelima, tanggung jawab sosial dapat meminimalisir terjadinya krisis dimasa yang akan datang. Terakhir, *corporate social responsibility* dianggap mampu meningkatkan reputasi perusahaan (Sulistyaningtyas, 2006).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang juga membahas hubungan antara *corporate social responsibility* dan *tax avoidance* sebelumnya oleh beberapa peneliti. Artikel-artikel tersebut menjadi acuan dalam melakukan penelitian dan berguna untuk dijadikan referensi serta memperkaya kajian dalam penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu juga yang mendorong penelitian ini dibuat guna memperkuat hasil yang ada pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Gulzar dkk. (2018) menyatakan pengaruh negatif antara *corporate social responsibility* dan *tax avoidance*. Penelitian ini mengambil sampel dari perusahaan yang terdaftar di Shanghai Stock Exchanges selama tahun 2009 sampai 2015. Hasil ini sejalan dengan pandangan manajemen risiko bahwa pembayaran pajak perusahaan dan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan Cina bertindak sebagai pengganti satu sama lain. Sedangkan penelitian Liu dan Lee (2019), yang mengambil sampel perusahaan manufaktur dengan mengambil laporan tahunan perusahaan antara tahun 2010 sampai 2014, menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* perusahaan.

González dkk. (2019) pada penelitiannya menyebutkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan tingkat CSR yang tinggi ingin menjaga reputasinya dengan mengurangi praktik penghindaran pajak. Dengan reputasi perusahaan yang baik, maka nilai perusahaan akan meningkat. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Zeng (2018) dengan hasil penelitiannya yaitu semakin tinggi tingkat *corporate social responsibility* suatu perusahaan, semakin tinggi pula tingkat penghindaran pajak yang dilakukan.

Selain penelitian-penelitian di atas, terdapat juga beberapa penelitian yang berasal dari Indonesia. Salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Januari dan Suardikha (2019) yang meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan laporan tahunan perusahaan tahun 2014 sampai 2017. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *corporate social responsibility* dan *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif. Aktifitas CSR perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan tanggung jawab perusahaan yang tinggi pula sehingga perusahaan lebih patuh dalam membayar pajaknya. Wiguna dan Jati (2017) pada penelitiannya menemukan hasil yang berbeda, yaitu semakin tinggi CSR perusahaan, semakin tinggi pula tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan masih banyak perusahaan yang menganggap pajak sebagai beban, bukan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemerintah dan masyarakat secara umumnya.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Avoidance*

Corporate social responsibility, seperti yang sudah dijelaskan diatas, merupakan konsep tata kelola perusahaan yang mendorong suatu perusahaan untuk ikut serta berkontribusi kepada seluruh *stakeholder*-nya. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa jalannya suatu perusahaan dapat dipengaruhi/mempengaruhi pihak-pihak lain. Pihak-pihak lain dalam konteks ini adalah semua pihak yang memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan, salah satu contohnya adalah pemerintah. Perusahaan dengan nilai *corporate social responsibility* yang tinggi menandakan perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi, termasuk tanggung jawab dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku (Januari dan Suardikha, 2019). Kepatuhan perusahaan dalam membayar pajak mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki praktik penghindaran pajak yang rendah. Perusahaan yang memiliki tingkat *tax avoidance* yang tinggi adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial.

Disisi lain, praktik CSR di sebagian negara berbeda dengan praktik CSR pada umumnya. Terdapat beberapa kasus dimana tingkat *corporate social*

responsibility yang tinggi diikuti dengan tingkat penghindaran pajak yang tinggi pula. Hal ini disebabkan karena kesadaran perusahaan dalam pembayaran pajak rendah. Perusahaan memanfaatkan CSR untuk mengurangi labanya sehingga pajak yang dibayarkan kepada pemerintah berkurang. Praktik ini sejatinya melanggar etika, namun disisi lain praktik ini legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan yang ada. Kasus yang pernah terjadi di Indonesia yaitu penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT. Bumi Resource Tbk. PT. Bumi Resource merupakan perusahaan yang aktif dalam mengungkapkan aktifitas CSRnya. Namun bukan berarti perusahaan tersebut selalu bersikap etis dalam kebijakannya. Nyatanya, pada tahun 2009 PT. Bumi Resource melakukan penghindaran pajak sebesar Rp. 376 miliar.

Terdapat penelitian yang membuktikan pengaruh positif antara *corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance*. Diantaranya adalah penelitian dari Zeng (2019), Liu dan Lee (2019) dan Mao (2019). Mereka berpendapat, ketika tingkat *corporate social responsibility* tinggi, maka praktik penghindaran pajak juga akan cenderung tinggi. Selain itu, penelitian dari Wiguna dan Jati (2017), Pratiwi dan Siregar (2019) serta Saraswatie dkk. (2020) juga menemukan pengaruh positif antara *corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance*. Hal ini dikarenakan perusahaan menggunakan *corporate social responsibility* sebagai alat untuk mengurangi laba mereka yang akan menyebabkan pajak perusahaan berkurang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengambil hipotesis, yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*.