

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah teori yang didasarkan tentang hubungan antara pemilik perusahaan / pemegang saham (*principal*) dan agen berupa manajemen yang dipekerjakan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Manajemen yang ditunjuk oleh *principal* diberikan kewenangan untuk untuk mengambil keputusan-keputusan terkait pengembangan perusahaan yang diharapkan outputnya menjadi keuntungan yang baik bagi *principal*.

Pemberian wewenang untuk menjalankan operasional perusahaan dari *principal* ke agen dapat menimbulkan masalah keagenan (*agency problem*) terkait dengan keputusan dalam mengambil langkah terbaik dalam mencapai tujuan perusahaan, masalah keagenan yang timbul diakibatkan adanya kepercayaan dari masing-masing individu untuk menjalankan kepentingan yang dikehendaki (Scott, 1997; Asyik, 2016). Perbedaan kepentingan tersebut dapat didasarkan beberapa faktor seperti kecenderungan manajer yang berkonsentrasi untuk mendapatkan keuntungan sebesar – besarnya dengan pembiayaan dari para *principal*. Hal ini didukung oleh pernyataan Jensen & Meckling (1976) yang menjelaskan bahwa kepemilikan *principal* dibawah 100% dapat membuat manajer cenderung untuk mementingkan tujuannya sendiri dan sudah tidak berdasarkan pada peningkatan nilai dalam memaksimalkan keputusan investasi.

Mensejajarkan dua kepentingan antara *principal* dan *agency* dapat menjadi cara untuk mengurangi konflik, namun dapat menimbulkan munculnya beban baru yang dikenal dengan nama *agency cost*. Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa *agency cost* dapat terbagi kedalam 3 komponen dasar yaitu:

1. *Monitoring Expenditure* merupakan komponen yang berasal dari pembiayaan *principal* untuk menahan kesempatan manajer dalam mendapatkan *non*

pecuntary benefit / non monetary benefit (misal biaya untuk mengawasi dan mengukur tindakan yang dilakukan oleh agen, biaya membuat kebijakan kompensasi, dan lain-lain)

2. *Bonding expenditure* merupakan komponen yang berasal dari pengeluaran *agent* atau manajer untuk menjadi bukti kepada *principal* bahwa manajer melaksanakan tindakan sesuai dengan mekanisme yang telah disepakati agar mencapai tujuan perusahaan (misal biaya untuk menyewa auditor agar dapat mengaudit laporan keuangan perusahaan).
3. *Residual loss* merupakan komponen yang berasal dari perbedaan keputusan *agent* yang tidak sesuai dengan keputusan *principal* sehingga menghasilkan kerugian dari sisi *principal*.

Agency cost dapat diminimalisir dengan melakukan peningkatan kepemilikan manajerial (*insider ownership*). Hal ini terjadi disebabkan seajarnya kepentingan antara manajer (*agent*) dan para *principal*, sehingga apabila terjadi kesalahan dalam pengambilan kebijakan maka manajer juga akan menerima dampak yang sama seperti *principal* lainnya.

Selain hubungan manajerial dan agen (*agency problem* tipe 1) konflik keagenan juga dapat muncul melalui konflik kepentingan antara *principal* dan *principal* (*agency problem* tipe 2). *Principal* pada tipe 2 yang dimaksud merupakan pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas, permasalahan yang muncul dapat diakibatkan karena pemegang saham mayoritas biasanya cenderung mementingkan kepentingannya sendiri dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas.

Teori agensi (tipe 1) dalam hubungannya dengan pengungkapan CSR dapat diidentifikasi sebagai pengurang dari adanya permasalahan agensi, dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menjadi komitmen manajemen terkait kinerjanya dalam bidang sosial, hal ini sejalan dengan pendapat (Sembiring, 2005; Sari, 2012) yang menyatakan bahwa untuk mengurangi biaya agensi perusahaan dapat mengungkapkan informasi yang lebih luas (terkait tanggung jawab sosial). Selain itu

mengurangi tindakan *tax avoidance* dapat menjadi sarana untuk menjaga nama baik perusahaan sehingga dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan pertumbuhan jangka panjang perusahaan yang berakibat pada peningkatan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut (Lindrianasari, 2010; Dian & Lidyah, 2012) untuk menganalisis perilaku dari organisasi dapat digunakan teori legitimasi. Hal ini dikarenakan legitimasi berisi tentang tindakan yang sesuai dengan nilai keyakinan, sistem norma, dan kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat sehingga memberikan dorongan terhadap organisasi atau perusahaan untuk menganalisis tindakan perilaku organisasi terhadap lingkungan. Selain itu Lanis & Richardson (2015) juga menjelaskan bahwa teori legitimasi akan mendorong perusahaan untuk menyediakan informasi CSR yang akan berguna sebagai dialog antara perusahaan dengan masyarakat, sebagai bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Hal tersebut akan mempengaruhi nilai atau reputasi perusahaan di masyarakat.

(Gray et al., 1995; Ratmono & Sagala, 2015) menjelaskan bahwa organisasi dapat memperoleh legitimasi ketika adanya kesesuaian antara sistem nilai sosial dan sistem nilai sebuah entitas atau perusahaan didalam lingkup lingkungan yang sama. Ketika tercipta ketidaksesuaian maka akan menimbulkan ancaman pada legitimasi masyarakat, maka dari itu teori legitimasi berdasar pada adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungan masyarakat, dalam kontrak tersebut secara tidak langsung perusahaan akan menyesuaikan dengan nilai nilai yang ada dalam lingkungan masyarakat tersebut. Berdasarkan teori legitimasi, aktivitas pengungkapan CSR dapat menjadi solusi yang dapat diambil perusahaan demi mendapatkan legitimasi dari lingkungan sosial tempat perusahaan berdiri. Dengan adanya legitimasi tersebut dapat membuat perusahaan terhindar dari kejadian yang tidak diinginkan dan dapat menambah nilai dari perusahaan. Hasil dari penambahan nilai perusahaan akan membuat posisi dari perusahaan untuk tetap bertahan semakin besar karena adanya kepercayaan dari konsumen ataupun masyarakat sekitarnya, hal ini tentu akan mengundang investor untuk tertarik berinvestasi didalam perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan operasionalnya seringkali bertindak sesuai dengan strategi, salah satu strategi ataupun perencanaan yang dilakukan perusahaan dapat berasal dari bidang perpajakan, contohnya seperti tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Namun tindakan tersebut dapat menjadi salah satu pelanggaran terhadap kontrak sosial perusahaan, karena hal yang didasarkan pada agresivitas pajak dapat mengganggu pemerintah dalam hal penyediaan pelayanan publik sehingga menimbulkan dampak *negative* terhadap perkembangan kehidupan masyarakat (Lanis & Richardson, 2015).

Teori Legitimasi dapat menjadi dasar terkait hubungan pengungkapan *Corporate social responsibility* dan *tax avoidance*. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan harus mentaati nilai social dan norma yang ada dimasyarakat dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pengungkapan CSR dapat menjadi bukti terkait kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial masyarakat. Selain itu tindakan pasif dalam aktivitas *tax avoidance* juga dapat menjadi bukti kepedulian perusahaan terkait perkembangan sosial, karena pendapatan utama negara dapat diserap secara sempurna sehingga dapat digunakan untuk kepentingan sosial. Artinya, berdasarkan teori legitimasi perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang tinggi, cenderung memiliki komitmen untuk mengurangi aktivitas *tax avoidance*.

2.1.3 Teori Stakeholder

Stakeholder dapat dijelaskan sebagai kelompok atau pihak-pihak yang memiliki pengaruh atau dipengaruhi oleh perusahaan diantaranya berupa pemegang saham, kreditor, konsumen, masyarakat, pemerintah, karyawan, dan aktivitas sosial (Purwanto, 2011). Oleh sebab itu, teori *stakeholder* tidak hanya mempengaruhi bagian interim perusahaan, akan tetapi perusahaan juga ikut serta bertanggung jawab untuk seluruh *stakeholder* diluar perusahaan. Sehingga dalam prosesnya perusahaan ikut andil dalam melindungi masyarakat dan karyawannya serta berpartisipasi dalam mengembangkan dan menjaga lingkungan sekitar perusahaan.

Model ekonomi tradisional menjelaskan bahwa perusahaan bertanggung jawab terhadap *stockholders* dan pemilik modal perusahaan. Namun, saat ini pemikiran

tersebut mulai tergantikan oleh paham sosio ekonomi yang lebih mengarah pada kesejahteraan *stakeholder*, yaitu kelompok-kelompok yang mempunyai kepentingan termasuk pihak-pihak diluar perusahaan contohnya seperti pemerintah (Kast dan Rosenzweig, 2002; Hidayat, 2019). sehingga saat ini perusahaan dituntut untuk memelihara hubungan baik dengan para *stakeholder*-nya. Perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan harus dapat melibatkan semua pihak yang terkait dan hal itu tidak dapat tercapai bila perusahaan hanya berjalan sendiri tanpa memperhatikan *stakeholder*-nya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menjadi salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap para *stakeholder*. Maka dari itu pengungkapan tersebut dapat menjadi sesuatu yang signifikan untuk keberlangsungan perusahaan. Pemerintah sebagai pembuat dan pelaksana kebijakan hukum sekaligus menjadi salah satu *stakeholder* perusahaan, harus mendapatkan perhatian salah satunya dengan cara membayar pajak tanpa harus mencari celah untuk melakukan penghindaran pajak. (Landolf, 2006; Lanis & Richardson, 2013) menjelaskan bahwa praktek *Tax Avoidance* yang dilakukan perusahaan merupakan praktek yang kurang memiliki tanggung jawab secara sosial karena sumber pendapatan negara akan berkurang dan menghasilkan penurunan kemampuan negara untuk mensejahterahkan masyarakat-nya, sehingga pembayaran pajak ke pemerintah dapat menjadi langkah awal dalam melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Teori *stakeholder* dapat menjadi landasan terkait hubungan pengungkapan CSR dan aktivitas *tax avoidance*. Pengungkapan CSR dapat menjadi kontribusi terhadap para *stakeholder* seperti masyarakat dan para pemegang saham dikarenakan dapat menjadi bukti terkait komitmen sosial dan dapat menjaga nama baik perusahaan sehingga menaikkan nilai perusahaan. Selain itu mengurangi aktivitas *tax avoidance* dapat menjadi bukti tanggung jawab terhadap pemerintah. Berdasarkan teori *stakeholder* tersebut perusahaan yang memilih untuk mengungkapkan CSR secara luas akan berpengaruh pada kesadaran perusahaan untuk menekan aktivitas *tax avoidance*

2.1.4 Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

Penghindaran pajak adalah strategi pemanfaatan *loophole* dari aturan pajak suatu negara, dengan tujuan untuk menurunkan beban pajak yang diterima. Aktivitas pembayaran pajak tergolong kedalam bentuk tanggung jawab sosial oleh perusahaan terhadap lingkungan masyarakat yang dilakukan secara tidak langsung. Pembayaran pajak tersebut akan dikumpulkan oleh negara dan digunakan untuk mendanai aktivitas negara diberbagai sektor demi terciptanya kesejahteraan dalam masyarakat. Tjondro et al. (2016) berpendapat bahwa penghindaran pajak merupakan tindakan kurang bertanggung jawab secara sosial dan tidak beretika sehingga tidak sesuai dengan *ethical responsibility* dalam konsep pilar CSR. Menurut (Rahayu, 2010; Triyanto & Zulvina, 2017) terdapat beberapa skema yang biasa dilakukan dalam praktik perencanaan pajak yaitu:

- a. *Transfer pricing*, praktik yang dilakukan perusahaan-perusahaan untuk memanipulasi harga barang, sehingga dapat meminimumkan jumlah pajak yang diterima. Hal ini biasanya terjadi pada perusahaan-perusahaan yang mempunyai ikatan istimewa.
- b. Memaksimalkan *tax haven country*, dengan cara memanfaatkan atau mengalihkan penghasilan wp ke negara-negara lain yang mempunyai pajak lebih rendah dibandingkan negara perusahaan tersebut berasal.
- c. *Thin Capitalization*, praktik ini dilakukan melalui pembiayaan anak atau cabang perusahaan dengan memakai pinjaman atau utang yang berlebihan sehingga berdampak pada berkurangnya kewajiban dari anak perusahaan dikarenakan jika induk perusahaan merupakan perusahaan asing maka pengenaan pajak atas bunga akan lebih rendah dari perusahaan dalam negeri
- d. *Treaty shopping*, terjadi saat wajib pajak membangun perusahaan di negara yang memiliki *tax treaty*, namun wajib pajak tersebut berasal dari negara yang tidak memiliki *tax treaty*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan fasilitas dan pajak yang lebih rendah dari adanya *tax treaty* tersebut.

- e. *Controlled Foreign Corporation*, praktik ini dilakukan dengan menggunakan perusahaan yang berada diluar negeri yang bertujuan untuk menghindari pajak dengan menunda pengumuman dividen atau mengalihkan penghasilan

Perusahaan yang melakukan aktivitas penghindaran pajak dapat berdampak negatif terhadap masyarakat sehingga memicu permusuhan, kerusakan reputasi, dan paling buruk dapat menyebabkan penghentian operasi bisnis suatu perusahaan (Lanis & Richardson, 2015).

Dalam penelitian ini penghindaran pajak diukur dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Perhitungan ETR dilakukan berdasarkan rumus beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Semakin kecil nilai ETR artinya penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan tergolong tinggi dan begitu pula sebaliknya jika semakin besar nilai ETR maka penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan tergolong kecil. Dalam penelitian (Herawati et al 2019) menghasilkan kesimpulan bahwa proksi *Effective Tax Rate* merupakan proksi paling umum digunakan untuk menentukan *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan.

2.1.5 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengungkapkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial. Di Indonesia pengertian CSR terdapat dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 1 ayat 3 yang menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sedangkan definisi lain terkait CSR dikemukakan oleh asosiasi *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), asosiasi tersebut menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dapat menjadi contoh perilaku etis yang dapat berkontribusi dalam peningkatan perekonomian komunitas setempat maupun masyarakat dan memberikan peningkatan kualitas karyawan melalui pelatihan, sehingga berdampak pada meningkatnya kualitas kehidupan masyarakat dan

pertumbuhan perusahaan (Tjondro, Widuri, & Maria Katopo, 2016). Lanis & Richardson (2012) menjelaskan bahwa CSR adalah salah satu faktor utama keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Hal ini didasarkan bahwa CSR dapat menjadi bukti tanggung jawab perusahaan terhadap semua stakeholdernya.

Menurut (Kotler & Lee, 2005; Samuel & Budiwati, 2015) manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan yaitu:

1. Peningkatan penjualan dan *market share*
2. Meningkatkan *brand image*
3. Menurunkan biaya operasi
4. Terciptanya hubungan positif antara berbagai kelompok seperti pemerintah, komunitas lokal dan berbagai kelompok lainnya

Di Indonesia, secara umum pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI merupakan organisasi non-profit yang mengeluarkan standar terkait pengungkapan CSR sekaligus mempromosikan keberlanjutan ekonomi. Tahun 2017, GRI telah mengeluarkan standar terbaru yang disebut *Global Reporting Initiative Standard* (GRI Standard). Standar tersebut berlaku dimulai dari 1 Juli 2018 yang berisi 3 topik spesifik yaitu pengungkapan dimensi ekonomi (GRI 200 Economy), pengungkapan dimensi lingkungan (GRI 300 *Environment*), dan pengungkapan dimensi sosial (GRI 400 *Social*). 3 topik spesifik tersebut terbagi lagi kedalam beberapa *item* penilaian diantaranya dimensi ekonomi terbagi kedalam 13 *item* penilaian, dimensi lingkungan terbagi dalam 30 *item* penilaian dan dimensi sosial terbagi dalam 34 *item* penilaian. Skors setiap *item* penilaian akan dijumlahkan dan dibagi dengan total *item* penilaian yang diharapkan setiap indikator sehingga akan diperoleh skor dari penilaian dari indikator setiap perusahaan.

2.1.6 Firm Size

Secara umum perusahaan dengan ukuran besar cenderung untuk melaporkan pertanggung jawaban terkait *social* secara lebih luas dibandingkan perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil. Perusahaan yang berukuran besar cenderung

memprioritaskan untuk menjaga reputasi dan nama baiknya dengan melaporkan pengungkapan terkait pertanggung jawaban sosial secara luas, akurat dan relevan sehingga tetap mempertahankan kepercayaan konsumen. Menurut teori *stakeholder*, ukuran perusahaan yang semakin besar akan mempengaruhi jumlah dari *stakeholder* perusahaan, sehingga dibutuhkan perluasan pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. teori tersebut didukung oleh penelitian (Suripto, 1999; Tamubolon & Siregar, 2019) yang menjelaskan perusahaan dengan ukuran besar mempunyai kemampuan dan sumberdaya yang mumpuni untuk tetap menjaga kestabilan perusahaannya, maka dari itu perusahaan besar seharusnya melaksanakan pengungkapan CSR-nya dengan lebih luas

Penilaian terkait ukuran perusahaan dapat didasarkan dari berbagai faktor seperti total aset, jumlah karyawan, atau total penjualan bersih. Dalam penelitian ini akan digunakan total aset perusahaan sebagai alat penilaian seberapa besar perusahaan tersebut

2.1.7 Leverage

Leverage merupakan rasio keuangan yang dapat menjelaskan hubungan antara hutang perusahaan dengan *asset* yang dimiliki perusahaan. Tingkat *leverage* yang tergolong tinggi dapat menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai ketergantungan terhadap utang untuk membiayai *asset* perusahaan. Sedangkan perusahaan yang memiliki *leverage* rendah lebih mengutamakan modal perusahaan dalam membiayai asetnya.

Utang pada perusahaan dapat menimbulkan beban bunga yang tergolong kedalam beban tetap perusahaan. Dengan semakin besarnya utang yang dimiliki perusahaan akan berpengaruh pada besarnya beban bunga yang akan dibayarkan. Perusahaan yang memiliki kewajiban utang yang tinggi akan mendapatkan insentif pajak berupa potongan atas bunga pinjaman, sehingga yang menerima beban pajak tinggi dapat merasakan penghematan pajak dengan cara menambah jumlah utang perusahaan (suyanto dan supermono, 2012; Pradipta & Supriyadi, 2015)

2.1.8 *Return on asset*

Return on asset (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan terkait laba dan total asset perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA dari suatu perusahaan dapat menggambarkan kinerja perusahaan semakin baik. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai ROA mengindikasikan bahwa laba perusahaan semakin tinggi. Dengan semakin tingginya laba perusahaan, maka beban pajak penghasilan yang akan dibayarkan perusahaan juga akan ikut meningkat (Richardson & Lanis, 2007).

Penelitian dari Richardson & Lanis (2007) menjelaskan bahwa peningkatan ROA berpengaruh negative terhadap tarif pajak efektif. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang dapat mengelola sumber dayanya dengan baik juga cenderung untuk memaksimalkan pengelolaan perencanaan pajak sehingga tarif pajak yang dibayarkan akan lebih optimal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan penghindaran pajak atau *tax avoidance* yang dilakukan didalam ataupun diluar Indonesia. Namun, penelitian tersebut masih mendapatkan hasil yang berbeda beda.

Lanis & Richardson (2015) melakukan penelitian terkait dengan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance* dengan menggunakan 14 variabel kontrol. Namun hanya terdapat 6 variabel control yang memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance* yaitu *leverage*, *age public*, ukuran perusahaan, independensi direktur, intensitas modal dan intensitas riset. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang lebih baik cenderung untuk mengurangi tindakan *tax avoidance*.

Penelitian dari Indonesia, salah satunya dilakukan oleh Pratiwi & Siregar (2019) yang meneliti tentang pengaruh dari *corporate social responsibility* terhadap penghindaran pajak dengan koneksi politik sebagai variabel moderasi serta ukuran perusahaan, *leverage*, *capital intensity* dan *market book value* sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapam CSR memiliki

pengaruh positif terhadap aktivitas *tax avoidance*. Namun, koneksi politik tidak mampu menjadi variabel yang memoderasi antara pengaruh CSR terhadap *tax avoidance*.

Selain penelitian tersebut, terdapat penelitian dari Hidayat (2019) yang melakukan penelitian terkait dengan pengaruh pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian tersebut analisis yang digunakan berupa analisis regresi sederhana dan *moderated regression analysis* (MRA) dengan populasi penelitian berupa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance* dan ukuran perusahaan dapat menjadi pemoderasi yang memperkuat pengaruh dari CSR terhadap *tax avoidance*.

2.3 Hipotesis Penelitian

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

Teori *agensi* menjelaskan tentang pemisahan tugas antara *agen* dan *principal*, *agen* memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan dan memberikan bukti terkait kinerjanya kepada *principal*. Bukti tersebut dapat berupa transparansi terhadap kegiatan yang dilakukan manajer terkait operasional perusahaan, contohnya seperti *sustainability report* ataupun *annual report* perusahaan. Laporan tersebut dapat menjadi *monitoring expenditure* bagi *principal* untuk mengawasi perkembangan perusahaan yang dilakukan oleh manajer (Jensen & Meckling, 1976).

Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik akan memberikan pandangan positif kepada konsumen, investor, kreditor ataupun masyarakat. Selanjutnya, untuk mempertahankan citra baik dari masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa upaya salah satunya dengan mengurangi atau menghilangkan kegiatan *tax avoidance* yang berakibat turunnya citra yang telah dibangun oleh perusahaan. Sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghormati kontrak sosial antara perusahaan dan lingkungan masyarakat sekitar. sehingga menghindari terjadinya ketidakselarasan

antara keinginan perusahaan dan masyarakat yang dapat menghasilkan ancaman pada legitimasi perusahaan (Gray et al., 1995; Ratmono & Sagala, 2016).

Penelitian Tjondro, et al. (2016) menunjukkan bahwa kualitas CSR berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, artinya semakin luas pengungkapan CSR perusahaan, maka akan menurunkan tingkat *tax avoidance* perusahaan tersebut. Hoi et al. (2015) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR buruk mempunyai keterlibatan tinggi dalam penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut didapatkan hipotesis sebagai berikut.

H1: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap praktik penghindaran pajak.

2.3.2 Pengaruh *Firm Size* Sebagai Variabel Moderasi Pada *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance*

Firm size dapat dinilai dengan melihat total aset, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar (Ratmono & Sagala, 2016). Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan usaha harus selaras dengan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat (Gray et al., 1999; Ratmono & Sagala, 2016), maka dapat dikatakan semakin besar perusahaan akan berdampak pada semakin besarnya area tanggung jawab sosial sehingga perusahaan dituntut memberikan pengungkapan dan aktivitas CSR yang semakin luas. Sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki jumlah pemangku kepentingan yang banyak, sehingga mereka akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan pemangku kepentingan (Widyatmoko, 2011; Tampubolon & Siregar, 2019),

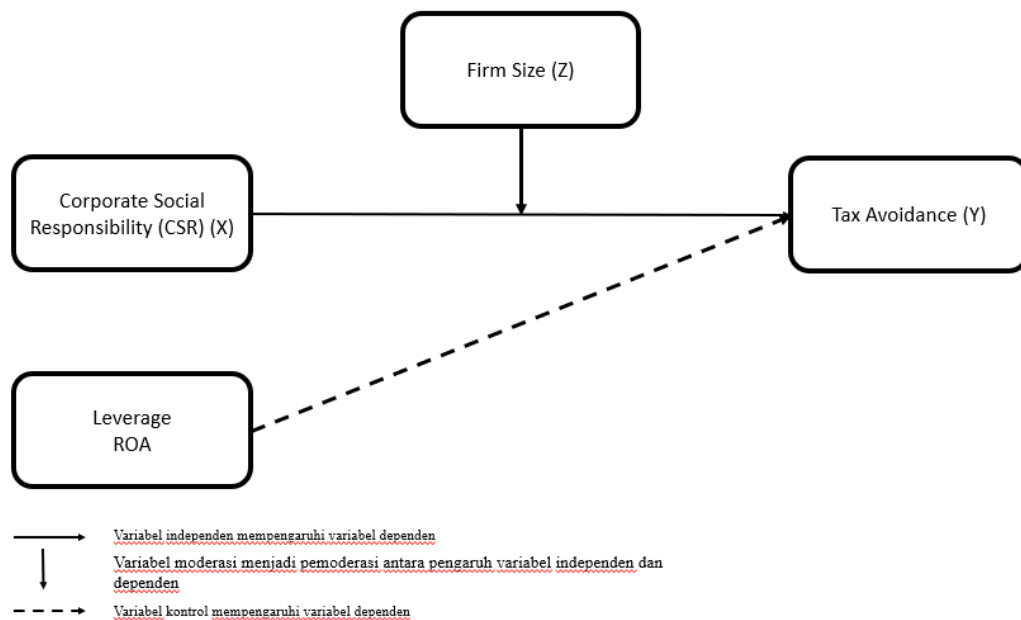
Perusahaan menerapkan pengungkapan CSR yang baik dapat didorong karena memiliki prospek yang baik juga dalam hal pendapatan ataupun keberlangsungan kehidupan perusahaan, Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran besar memiliki kecenderungan untuk meminimumkan tindakan *tax avoidance* dikarenakan tingginya perhatian dari otoritas publik (Tandean, 2016). Selain hal tersebut perusahaan besar sanggup menghasilkan laba yang lebih besar dan melaksanakan kewajiban perpajakannya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Berdasarkan penelitian

Richardson & Lanis (2007) bahwa ukuran yang dimiliki perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut

H2: *Firm size* memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Avoidance*

2.4 Kerangka konseptual

Penelitian ini menguji pengaruh dari pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap aktivitas *tax avoidance*. Variabel CSR akan digunakan sebagai variabel independen, *tax avoidance* menjadi variabel dependen serta ditambah dengan *firm size* yang berperan sebagai variabel moderasi. Selain itu dalam pengukurannya *tax avoidance* akan diproksikan menjadi *Effective Tax Rates* (ETR), sedangkan pengungkapan CSR akan menggunakan *GRI standard* dan *GRI-G4*, serta *firm size* akan dinilai berdasarkan Log. Natural Total Aset. Keseluruhan variabel tersebut membentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran