

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Laporan Keuangan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dalam Sujarweni (2016) laporan keuangan ialah bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan dalam berbagai cara seperti, misalnya: sebagai laporan arus kas atau laporan arus dana, catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan catatan yang berisi tentang periode tertentu yang digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan selama periode tertentu (Sujarweni, 2016). Laporan keuangan pada dasarnya ialah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas suatu perusahaan (Munawir, 2010).

Dari definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa laporan keuangan adalah suatu catatan keuangan perusahaan yang memberikan informasi keuangan dan kinerja perusahaan yang harus dilaporkan serta dipublikasikan secara tahunan berupa angka-angka dalam periode tertentu yang umumnya terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan.

2.1.2. *Tax Avoidance*

Menurut Badriyah (2017) *tax avoidance* adalah upaya yang dilakukan oleh wajib pajak secara legal yang tidak melanggar hukum perpajakan dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan dalam undang-undang perpajakan dengan tujuan untuk memperkecil jumlah pajak yang akan dibayarkan. Dalam arti lain, perusahaan dengan sengaja melakukan *tax avoidance* untuk memperkecil pembayaran yang harus dibayarkan kepada Negara. *Tax avoidance* ini dapat dikatakan legal karena tidak bertentangan dengan undang-undang perpajakan yang berlaku melainkan dilakukan dengan cara memanfaatkan celah dalam undang-undang perpajakan yang nantinya akan mempengaruhi penerimaan atau pendapatan negara dari segi pajak (Kurniasih dan Sari, 2013). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak perusahaan yang harus dibayar dengan menggunakan kelemahan-kelemahan dalam undang-undang perpajakan, sehingga tindakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dapat dikatakan legal.

Perusahaan sebagai wajib pajak tentunya ingin menekan biaya-biaya perusahaan termasuk beban pajak. Untuk melakukan peminimalan beban pajak yaitu dilakukan dengan membuat perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak adalah usaha yang dilakukan oleh manajemen perusahaan agar beban pajak yang harus dibayarkan tidak terlalu tinggi (Yuono dan Widyawati, 2016). Di Indonesia menggunakan sistem pemungutan pajak *self assessment system* dimana perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak atas penghasilan yang diperoleh dilakukan wajib pajak itu sendiri (Suandy, 2016). Namun, penghindaran pajak

bukan merupakan pelanggaran undang-undang perpajakan karena wajib pajak masih tetap membayar kewajiban pajaknya, hanya saja mereka melakukan upaya untuk mengurangi, meminimumkan atau meringankan beban pajak tersebut dengan cara yang masih diperbolehkan oleh Undang-Undang pajak (Suandy, 2016).

Menurut Suandy (2016) ada beberapa faktor yang memotivasi wajib pajak untuk melakukan *tax avoidance*, adalah sebagai berikut:

- a. Biaya untuk menyuap fiskus. Semakin kecil biaya untuk menyuap fiskus, maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.
- b. Kemungkinan untuk terdeteksi. Semakin kecil kemungkinan suatu pelanggaran dapat terdeteksi, maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran perpajakannya, dan
- c. Besar sanksi. Semakin ringan sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran perpajakannya, maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran perpajakan tersebut.

Dalam perusahaan multinasional, *tax avoidance* dapat dilakukan dengan cara (Prakosa, 2014) antara lain:

- a. memindahkan subjek pajak dan/atau objek pajak ke negara-negara yang memberikan perlakuan pajak khusus atau keringanan pajak (*tax haven country*) atas suatu jenis penghasilan (*substantive tax planning*).

- b. Usaha *tax avoidance* dengan mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi melalui pemilihan formal yang memberikan beban pajak yang paling rendah (*formal tax planning*).
- c. Ketentuan anti *avoidance* atas transaksi *transfer pricing*, *thin capitalization*, *treaty shopping* dan *controlled foreign corporation* (*specific anti avoidancerule*), serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*general anti avoidance rule*).

Tax avoidance adalah suatu strategi pajak yang agresif yang dilakukan oleh perusahaan dalam meminimalkan beban pajak, sehingga kegiatan ini memunculkan resiko bagi perusahaan antara lain denda dan buruknya reputasi perusahaan dimata publik (Annisa dan Kurniasih, 2012).

Dapat disimpulkan bahwa tindakan *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian. Keuntungan yang didapat dari tindakan penghindaraan pajak, yaitu dapat berkurangnya beban pajak perusahaan yang dibayarkan kepada pemerintah dan dari tindakan *tax avoidance* yang dilakukan, manajer mendapatkan keuntungan kompensasi dari pemegang saham. Kerugian yang mungkin terjadi akibat tindakan *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan yaitu jika dalam mengaudit, para fiskus pajak menemukan kecurangan dalam perpajakan perusahaan maka kemungkinan yang terjadi perusahaan akan mendapatkan hukuman atau *penalty* dari pihak berwenang. Hal ini akan menyebabkan rusaknya reputasi perusahaan. Dan kerugian selanjutnya yang mungkin didapat perusahaan adalah turunnya harga saham perusahaan dikarenakan tindakan *tax avoidance* yang dilakukan manajer untuk kepentingan

pribadi seperti penyusunan laporan keuangan agresif atau melakukan transaksi dengan pihak istimewa diketahui oleh pemegang saham.

Dalam penelitian ini *tax avoidance* diproksikan dengan menggunakan *effective tax rates* (ETR). *Effective tax rates* (ETR) ialah beban pajak dibagi dengan pendapatan sebelum pajak. Rendahnya ETR juga menjadi hal penting pertanda adanya tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Menurut (Lanis dan Richardson, 2012) *effective tax rates* (ETR) digunakan sebagai proksi penghindaran pajak karena beberapa alasan, diantaranya adalah *effective tax rates* (ETR) menjadi proksi yang sering digunakan untuk mengukur *tax avoidance* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa peneliti yang menggunakan *effective tax rates* (ETR) sebagai proksi *tax avoidance* diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Darsono (2015), Januari dan Suardikha (2019), Mahdiana dan Amin (2020) dan Wirawan et al. (2020).

2.1.3. Corporate Social Responsibility

Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat (3) menyatakan bahwa (www.ojk.go.id):

“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”.

Konsep *corporate social responsibility* (CSR) pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan/atau

terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Wirawan et al., 2020). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tindakan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap semua *stakeholder*-nya. Menurut Dewi dan Noviani (2017) Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan laba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Lanis dan Richardson (2011) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah tindak lanjut dari komitmen perusahaan untuk bertindak etis dan berkontribusi untuk pengembangan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup baik bagi pekerja dan keluarganya, komunitas lokal, maupun masyarakat dalam lingkungan luas pada umumnya.

Dari definsi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan serta masyarakat disekitar lingkungan perusahaan untuk pengembangan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia belum menjadi suatu hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan, namun program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai diterapkan seiring dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 ayat 1-4, berbunyi:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang berkaitan dengan perusahaan. Hal ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan legitimasi atau pengakuan baik dari masyarakat dan *stakeholder* karena hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya reputasi perusahaan di mata masyarakat.

2.1.4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan penjelasan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya ialah komitmen perusahaan terhadap tiga elemen yaitu, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi (Winardi, 2013). Pengungkapan CSR adalah bagian dari akuntansi pertanggung jawaban sosial yang mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder* (Cheng dan Christiawan, 2011). Sari et al. (2016) menyatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas CSR yang telah dilakukan berupa informasi ke dalam laporan tahunan perusahaan untuk ditujukan kepada masyarakat dan pihak yang berkepentingan. Winardi (2013) mendefinisikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai peranan yang penting bagi perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, melainkan juga bagi masyarakat, pemerintah dan lingkungan.

Menurut Deegan dalam Rusdianto (2013) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*-nya, yaitu:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- d. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
- e. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
- f. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- h. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
- i. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu

Ruang lingkup pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Brodshaw dan Vogel dalam Azheri (2012) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu:

- a. *Corporate Philanthropy* merupakan usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.

- b. *Corporate Responsibility* merupakan usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- c. *Corporate Policy* merupakan berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia belum memiliki standart khusus, tetapi menurut Pradipta dan Supriyadi (2015) pengungkapan CSR ini dilakukan dengan menggunakan metode *checklist*. Metode lain yang digunakan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkembang di Indonesia menggunakan standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) atau pengukuran yang dianggap *sustainable* karena merupakan pengukuran yang umum digunakan di dunia. Menurut Januari dan Suardikha (2019) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan dapat diukur dengan membandingkan jumlah *item Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan dengan total *item Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI), yaitu sebanyak 91 *item*.

2.1.5. Pertumbuhan Penjualan

Dalam manajemen keuangan, pertumbuhan perusahaan diukur berdasarkan perubahan penjualan. Budiman dan Miharjo (2012) menyatakan bahwa

pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan cara untuk menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Menurut Heryuliani (2015) pertumbuhan atas penjualan adalah indikator penting dari penerimaan pasar atas produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan..

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan atau *sales growth* adalah perkembangan penjualan pada laporan keuangan dari periode ke periode yang akan datang. Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* menunjukkan peningkatan atau penurunan kapasitas penjualan pada perusahaan yang menentukan sebuah laba yang diperoleh perusahaan dalam waktu tertentu.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja (Mahdiana dan Amin, 2020). Pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya apabila pertumbuhan menurun maka perusahaan akan menemui kendala dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. Perusahaan yang penjualannya tumbuh secara cepat akan perlu untuk menambah aktiva tetapnya, sehingga pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan menyebabkan perusahaan mencari dana yang lebih besar (Fatimah, 2018). Menurut Brigham dan Houston dalam Andriyanto (2015), menyatakan bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Secara logika, apabila pertumbuhan penjualan pada perusahaan meningkat, maka perusahaan

akan mendapatkan *profit* yang besar, hal ini akan menyebabkan perusahaan akan cenderung untuk tidak melakukan praktik *tax avoidance* karena perusahaan dengan perolehan laba yang besar mampu membayar pajak yang besar pula.

Veno (2015) menyatakan secara keuangan tingkat pertumbuhan dapat ditentukan dengan mendasarkan pada kemampuan keuangan perusahaan. Berdasarkan kemampuan keuangan sendiri dapat dibedakan menjadi dua, yaitu tingkat pertumbuhan atas kekuatan sendiri (*internal growth rate*) dan tingkat pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable growth rate*). Tingkat pertumbuhan atas kekuatan sendiri (*internal growth rate*) adalah tingkat pertumbuhan maksimum yang dapat dicapai perusahaan tanpa membutuhkan dana eksternal atau tingkat pertumbuhan yang hanya dipicu oleh tambahan atas laba ditahan. Tingkat pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable growth rate*) adalah tingkat pertumbuhan maksimum yang dapat dicapai perusahaan tanpa melakukan pembiayaan modal tetapi dengan memelihara perbandingan antara hutang dengan modal (*debt to equity ratio*).

2.1.6. Leverage

Menurut Kurniasih dan Sari (2013) *leverage* ialah rasio yang mengukur kemampuan hutang baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk membiayai aktiva perusahaan. Menurut Kasmir (2014), dalam Hidayat (2017), *Leverage* ialah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang, artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya, atau rasio ini untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun

jangka panjang ($\text{total utang}/\text{total asset}$), sedangkan secara praktiknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yang dapat digunakan, salah satu sumber dana yang digunakan ialah modal pinjaman (utang), modal pinjaman relatif tidak terbatas jumlahnya dan memotivasi manajemen untuk bekerja lebih aktif dan kreatif karena dibebani untuk membayar beban kewajibannya.

Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Leverage* ialah tingkat hutang yang digunakan perusahaan untuk melakukan pembiayaan aktivitas operasional usahanya dengan membandingkan kewajiban jangka pendek dan kewajiban jangka panjang (total utang) perusahaan terhadap total modal yang dimiliki perusahaan.

Leverage menggambarkan proporsi total hutang perusahaan terhadap total aset yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Cahyono et al., 2016). Perusahaan yang lebih memilih menggunakan pendanaan eksternal seperti hutang akan mengakibatkan munculnya beban bunga yang dapat menjadi pengurang laba kena pajak (Dewinta dan Setiawan, 2016). Semakin besar penggunaan hutang oleh perusahaan, maka semakin banyak jumlah beban bunga yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga dapat mengurangi laba sebelum kena pajak perusahaan yang selanjutnya akan dapat mengurangi besaran pajak yang nantinya harus dibayarkan oleh perusahaan (Surbakti, 2012). Berkurangnya pendapatan kena pajak akan menyebabkan berkurangnya jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan kepada negara.

Leverage memberikan banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Menurut Kasmir (2015), tujuan perusahaan menggunakan *leverage* diantaranya adalah:

- a. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (Kreditor).
- b. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
- c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
- d. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
- e. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
- f. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan persamaan maupun perbedaan dalam objek maupun variabel yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu. Penelitian tentang *tax avoidance* telah banyak dilakukan, namun penelitian yang menghubungkan antara *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan dan *leverage* dengan *tax avoidance* belum banyak dilakukan serta memiliki hasil penelitian yang berbeda-beda. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk memperkaya teori-teori dalam mengkaji serta memperkuat variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti maupun hasil

penelitian yang sedang dilakukan. Berikut beberapa uraian penelitian terdahulu mengenai *tax avoidance* yang digunakan peneliti:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dewanti dan Sujana (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> pada <i>Tax Avoidance</i>	Variabel Independen : Ukuran Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen : <i>Tax Avoidance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh pada <i>tax avoidance</i> . Sedangkan profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif pada <i>tax avoidance</i> .
2.	Hidayat (2018)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Di Indonesia	Variabel Independen : Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Pertumbuhan Penjualan Variabel Dependen : Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Sedangkan <i>leverage</i> tidak didukung dengan baik.
3.	Wiguna dan Jati (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Preferensi Risiko Eksekutif dan <i>Capital Intensity</i> Pada Penghindaran Pajak	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> , Preferensi Risiko Eksekutif dan <i>Capital Intensity</i> Variabel Dependen : Penghindaran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada penghindaran pajak, membuktikan bahwa semakin tinggi perusahaan mengungkapkan

		Pajak	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) semakin tinggi pula perusahaan melakukan tindakan penghindaran pajak. Preferensi Risiko Eksekutif berpengaruh positif pada penghindaran pajak yang berarti semakin eksekutif bersifat risk taker semakin tinggi tindakan penghindaran pajak perusahaan. <i>Capital Intensity</i> tidak berpengaruh pada penghindaran pajak
4. Hidayati dan Fidiana (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Penghindaran Pajak	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Dependen : Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. k. Sedangkan komisaris independen, komite audit, dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak
5. Ryzki dan Fuadi (2019)	Pengaruh Karakter Eksekutif, Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Tax</i>	Variabel Independen : Karakter Eksekutif, Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Karakter Eksekutif, Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif

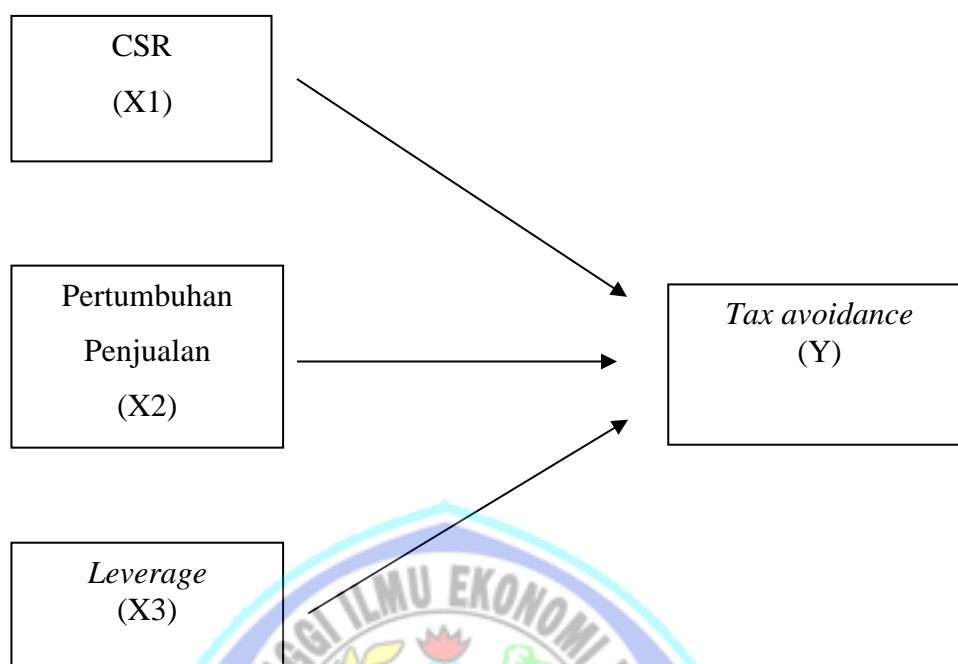
		<i>Avoidance</i> Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011- 2015	Variabel Dependen : <i>Tax Avoidance</i>	terhadap <i>tax avoidance</i>
6.	Wirawan et al. (2020)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility, Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Tax Avoi Dance</i> Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014-2018	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility, Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : <i>Tax Avoi Dance</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporeate social responsibility</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>tax avoidance</i> . Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>tax avoidance</i> .
7.	Mahdiana dan Amin (2020)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Dan <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	Variabel Independen : Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Dan <i>Sales Growth</i> Variabel Dependen : <i>Tax Avoidance</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak sedangkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap variabel penghindaran pajak
8.	Januari dan Suardikha (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility, Sales Growth</i> , <i>Sales Growth</i> , dan	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility, Sales Growth</i> , dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i>

dan Profitabilitas Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	Profitabilitas Variabel Dependen : <i>Tax Avoidance</i>	(CSR) berpengaruh negatif pada <i>tax avoidance</i> , sales growth berpengaruh positif pada <i>tax avoidance</i> , dan profitabilitas tidak berpengaruh pada <i>tax avoidance</i>
--	--	---

Sumber: Data Diolah, 2021

2.3. Kerangka Penelitian

Sesuai dengan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka terbentuklah kerangka penelitian. Penelitian ini menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap *tax avoidance*. Dalam kerangka penelitian ini dijelaskan atau digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* sedangkan variabel dependen yaitu *tax avoidance*. Keterkaitan antar variabel dinyatakan dalam kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Kerangka Penelitian
Sumber: Data Diolah, 2021

2.4. Hipotesis

2.4.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Avoidance*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemegang saham dan semua *stakeholder* dan pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder* melalui pemerintah. Wirawan et al. (2020) menjelaskan bahwa CSR harus sangat diperhatikan, karena tidak sedikit perusahaan dengan sengaja membuat program dan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) semu serta melakukan markup biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam jumlah besar dengan motif menghindari pajak (*tax avoidance*). Dengan demikian,

perusahaan yang terlibat *tax avoidance* merupakan perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial (Lanis dan Richardson, 2012). Sehingga keputusan perusahaan untuk mengurangi tingkat pajaknya atau melakukan *tax avoidance* dipengaruhi oleh sikapnya terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Wijayanti et al., 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Dewanti dan Sujana (2019) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Wiguna dan Jati (2017) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Didukung dengan teori dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

2.4.2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance*

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun berikutnya. Budiman dan Miharjo (2012) mengungkapkan pertumbuhan penjualan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya bila pertumbuhan penjualan menurun, perusahaan akan menemui kendala dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. Perubahan pada pertumbuhan penjualan perusahaan dapat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan sehingga dapat mempengaruhi jumlah pajak yang akan dibayarkan. Jika dalam sebuah perusahaan mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan maka akan

memperoleh laba yang besar dan perusahaan mampu untuk membayar pajak yang besar pula, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan penghindaran pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif pada penghindaran pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Ryzki dan Fuadi (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada *tax avoidance*. Didukung dengan teori dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

2.4.3. Pengaruh *Leverage* terhadap *Tax Avoidance*

Leverage merupakan salah satu rasio keuangan yang menggambarkan *relasi* antara utang perusahaan terhadap modal perusahaan. Rasio *leverage* menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Gemilang (2017) menyatakan dalam memenuhi kebutuhannya, perusahaan dimungkinkan menggunakan hutang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi yang dilakukan. *Debt Equity Ratio* (DER) merupakan indikator untuk mengukur tingkat penggunaan utang terhadap total equity yang dimiliki perusahaan. Penggunaan hutang dilakukan karena dapat menunjukkan kemandirian perusahaan tersebut. Namun, penggunaan utang dalam aktivitas perusahaan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Besar kecilnya bunga yang timbul akibat utang tersebut dapat berpengaruh terhadap besar pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena biaya bunga dari hutang dapat menjadi pengurang dalam perhitungan pajak perusahaan (Fatimah, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Wirawan et al (2020), menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Semakin tinggi tingkat hutang maka semakin rendah perusahaan melakukan *tax avoidance*. Penelitian yang dilakukan oleh Oktamawati (2017), juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Didukung dengan teori dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: *Leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

