

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 *Agency Theory*

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan teori keagenan (*Agency theory*) sebagai hubungan antara *agen* (manajemen) dan *principal* (pemilik usaha). Menurut Kurniasih dan Sari (2013), teori keagenan merupakan kerjasama antara *principal* (pemilik) dan *agent* (manajemen), dimana *principal* menyerahkan wewenang kepada *agent* untuk mengelola perusahaan dan mengambil keputusan. Menurut Brigham dan Houston (2011), hubungan dimana para manajer diberi kekuasaan oleh para pemilik saham disebut teori keagenan. Dari penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa *agency theory* merupakan hubungan antara manajemen dan pemilik perusahaan, dimana manajemen diberikan kekuasaan oleh pemilik saham untuk mengelola dan mengambil keputusan. Untuk memahami konsep *Corporate Governance* maka digunakanlah dasar perspektif hubungan keagenan. *Agency theory* melihat penyebab munculnya potensi konflik yang mempengaruhi kualitas informasi laporan keuangan karena adanya pemisahan antara pihak *principal* dan *agent*.

Theory Agency dapat dijelaskan bahwa teori tersebut memiliki asumsi dari masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kesejahteraan dan kepentingan diri sendiri. Pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterakan dirinya melalui pembagian dividen atau kenaikan harga saham perusahaan. *Agent* termotivasi untuk meningkatkan kesejahteraannya melalui peningkatan kompensasi. *Principal* mengharapkan *agent* dapat mengelola

perusahaan dengan baik sesuai dengan aturan dan kebijakan yang berlaku sehingga dapat menghasilkan laba, sementara *agent* mengharapkan pemegang kepentingan merasa puas terhadap kinerjanya selama diberikan wewenang dalam mengelola perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013).

Eisenhardt (1989) menyatakan bahwa teori keagenan berdasarkan pada tiga asumsi sifat manusia yaitu:

1. Manusia pada umumnya memntingkan diri sendiri (*self interest*),
2. Manusia memiliki daya fikir terbatas mengenai ersepsi masa mendatang (*bounded rationality*),
3. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).

Dasar yang digunakan untuk memahami isu keagenan adalah perspektif *theory agency*. Menurut Budiono, Gideon (2005), konflik keagenan terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan oleh *principal* (pemilik) dengan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi. Dalam teori keagenan *principal* adalah pemegang saham atau pemilik yang menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, *agent* adalah manajemen yang memiliki kewajiban yang mengelola perusahaan sebagaimana yang telah diamanahkan *principal* kepadanya.

Menurut Kurniasih dan Sari (2013), asimetri informasi antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) karena manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang bisa menimbulkan masalah. Dalam hal mencapai kinerja yang baik, persinggungan antara *agent* dan *principal* sering terjadi dikarenakan *principal* menginginkan

agent untuk mengambil keputusan terbaik sehingga kinerja perusahaan maksimal namun *agent* cenderung mengambil keputusan yang menjauhi resiko sehingga kinerjanya akan dinilai baik oleh *principal* dan menghindarkan dirinya dari pergantian (Rinaldi dan Cheisviyanny, 2015)

Asymmetric Information dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* dan *agent* mendorong *agent* untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui oleh *principal* dan menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama informasi tersebut berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Konflik kepentingan semakin meningkat ketika *principal* tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja *agent* sehingga *principal* tidak mampu memonitor aktivitas *agent* dalam perusahaan. Sedangkan *agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas perusahaan, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan.

2.2 Stakeholder Theory

Teori stakeholder menurut Freeman (2010:32) adalah: “*The stakeholder concept was originally defined as those groups without whose support the organization would cease to exist. The list of stakeholders originally included shareowners, employees, customers, suppliers, lenders and society.*” Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori stakeholder adalah teori yang menjelaskan suatu kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kelompok/individu lain. Silvia, Ratih dan Puji Harto (2014:2)

mengatakan bahwa: “Praktik penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan tidak dapat lepas dari adanya *agency theory* dan *stakeholder theory*.”

2.1.1 Pajak

2.1.2 Pengertian Pajak

Menurut Mardiasmo, (2016) pajak merupakan pungutan Negara yang sifatnya wajib terhadap orang pribadi ataupun badan serta dipergunakan oleh Negara untuk sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat, namun tidak mendapat timbal balik secara langsung. Peran serta Wajib Pajak serta kewajiban warga negara untuk bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan secara langsung untuk pembangunan nasional dan pembiayaan negara seperti yang tercantum pada pembukaan Undang- Undang Dasar 1945 yakni perwujudan dari pembayaran pajak. Pembangunan yang dilaksanakan Indonesia melalui rangkaian investasi dilaksanakan hanya dengan sokongan dana yang besar. Bangsa Indonesia aktif melaksanakan pembangunan di segala bidang dalam upaya mewujudkan tujuan nasional tersebut.

Pengertian pajak pasal 1 (UU Republik Indonesia Nomor 28, 2007) sebagaimana telah diubah pada UU No. 16 Tahun 2009, pengertian pajak adalah kontribusi wajib yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan, dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2.1.3 Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo, (2016) ada dua fungsi pajak, yaitu:

1. Fungsi anggaran (*budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2. Fungsi mengatur (*cregulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

2.1.4 Jenis-jenis Pajak

Menurut Mardiasmo, (2016) jenis-jenis pajak dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Menurut sifatnya

- a. Pajak langsung, yaitu pajak yang hanya ditanggung oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan kepada orang lain.
- b. Pajak tidak langsung, pajak yang akhirnya dibebankan kepada orang lain.

2. Menurut sasarannya

- a. Pajak subjektif

Pajaknya dibebankan berdasarkan subjek pajak. lebih kepada diri wajib pajak tersebut. Contohnya adalah pajak penghasilan (PPh).

- b. Pajak objektif

Pajaknya tergantung objeknya tanpa memandang keadaan wajib pajak seperti pajak penjualan barang mewah. Contohnya adalah pajak pertambahan nilai (PPN).

3. Menurut pemungutnya

a. Pajak pusat

Pajak ini dipungut oleh pemerintah pusat dan untuk biaya belanja negara seperti bea materai.

b. Pajak daerah

Pajak ini dipungut untuk belanja daerah seperti pajak kendaraan bermotor.

2.1.5 Metode Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo, (2016), yang menjadi asas pemungutan pajak yaitu:

1. Asas Daya Pikul, besar kecilnya pajak yang dipungut harus berdasarkan besar kecilnya penghasilan wajib pajak. Semakin tinggi penghasilan maka semakin tinggi pajak yang dibebankan.
2. Asas Manfaat, pajak yang dipungut oleh negara harus digunakan untuk kegiatan-kegiatan yang bermanfaat untuk kepentingan umum.
3. Asas Kesejahteraan, pajak yang dipungut oleh negara digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
4. Asas Kesamaan, dalam kondisi yang sama antara wajib pajak yang satu dengan yang lain harus dikenakan pajak dalam jumlah yang sama (diperlakukan sama).

5. Asas Beban Yang Sekecil-kecilnya, pemungutan pajak diusahakan sekecil-kecilnya (serendah-rendahnya) jika dibandingkan dengan nilai obyek pajak sehingga tidak memberatkan para wajib pajak.

2.1.6 Subjek Pajak

Menurut Mardiasmo, (2016), yang menjadi subjek pajak, yaitu:

1. Orang pribadi dan Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak.
2. Badan, terdiri dari perseroan terbatas, perseroan komoditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara (BUMN)/Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan nama dan bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif.
3. Bentuk Usaha Tetap

2.1.7 Objek Pajak

Objek pajak menurut Mardiasmo, (2016), yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun. Penghasilan tersebut dapat dikelompokkan menjadi:

1. Penghasilan dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan pekerjaan bebas, seperti gaji, honorarium, penghasilan dari praktik dokter, notaris, aktuaris, akuntan, pengacara, dan sebagainya.
2. Penghasilan dari usaha atau kegiatan.
3. Penghasilan dari modal atau penggunaan harta, seperti sewa, bunga, dividen, royalti, keuntungan dari penjualan harta yang tidak digunakan, dan sebagainya.
4. Penghasilan lain-lain, yaitu penghasilan yang tidak dapat diklasifikasikan ke dalam salah satu dari tiga kelompok penghasilan di atas, seperti:
 - a. Keuntungan karena pembebasan utang
 - b. Keuntungan karena selisih kurs mata uang asing
 - c. Selisih lebih karena penilaian kembali aktiva
 - d. Hadiah undian Bagi Wajib Pajak Dalam Negeri, yang menjadi Objek Pajak adalah penghasilan baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia. Sedangkan bagi Wajib Pajak Luar Negeri, yang menjadi Objek Pajak hanya penghasilan yang berasal dari Indonesia.

2.1.8 Tarif pajak

Menurut Mardiasmo, (2016), ada empat macam tarif pajak, yaitu:

1. Tarif sebanding/proporsional
Tarif ini berupa persentase yang tetap, terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak sehingga besarnya pajak yang terutang proporsional terhadap besarnya nilai yang dikenai pajak.
2. Tarif tetap

Tarif ini berupa jumlah yang tetap (sama) terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak sehingga besarnya pajak yang terutang tetap.

3. Tarif progresif

Tarif ini yaitu tarif yang digunakan semakin besar bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar.

4. Tarif degresif

Tarif ini yaitu persentase yang digunakan semakin kecil bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar.

2.2 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah tindakan yang dilakukan dalam mengecilkan nilai untuk membayar pajak sesuai dengan perundang-undangan tanpa melanggar perundang-undangan yang telah ditetapkan tersebut (Abdelfattah dan Aboud 2020). Kegiatan ini seringkali menggunakan kekurangan dari peraturan yang berlaku untuk berhasil mengurangi pengenaan pajak oleh wajib pajak tersebut. Penghindaran pajak merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan hukum yang berkaitan atas urusan wajib pajak, dengan tujuan agar dapat mengurangi kewajiban pajaknya. Perusahaan dapat melakukan manajemen pajak untuk menekan serendah mungkin kewajiban pajaknya. Manajemen pajak perusahaan tersebut juga harus dilakukan dengan sebaik mungkin agar tidak mengarah kepada pelanggaran peraturan perpajakan (Wulandari dan Maqsudi, 2019).

Penghindaran pajak bisa terjadi karena pada intinya pemegang saham di tiap perusahaan tentu ingin mendapatkan return yang tinggi karena sudah

menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, dengan mengurangi jumlah pajak yang terutang, perusahaan bisa meningkatkan keuntungannya. Pemungutan pajak merupakan hal yang sulit untuk dilakukan, dari sisi fiskus pajak merupakan salah satu sumber pendapatan yang secara potensial dapat memengaruhi dan meningkatkan penerimaan negara, sedangkan dari sisi perusahaan pajak akan menjadi beban yang akan menurunkan laba perusahaan sehingga perusahaan perlu mempertimbangkannya (Abdelfattah dan Aboud 2020).

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan tindakan legal, dapat dibenarkan karena tidak melanggar undang-undang, dalam hal ini sama sekali tidak ada suatu pelanggaran hukum yang dilakukan. Penghindaran pajak adalah suatu tindakan yang benar-benar legal. Seperti halnya suatu pengadilan yang tidak dapat menghukum seseorang karena perbuatannya tidak melanggar hukum atau tidak termasuk kategori pelanggaran atau kejahatan, begitu pula mengenai pajak yang dapat dipajaki, apabila ada tindakan yang dapat dipajaki (Putra dan Jati, 2018). *Tax avoidance* dalam penelitian ini diprosikan menggunakan rasio *effective tax rate* (ETR) yang digunakan oleh (Lanis dan Richardson, 2012), dengan rumus sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan salah satu bentuk komitmen terhadap aktivitas bisnis untuk bertindak secara etis, berkontribusi dalam pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat (Apriliawati, 2020).

Perusahaan dituntut dapat melakukan tanggung jawab atas segala aktivitasnya kepada *stakeholder* dan salah satunya adalah bentuk tanggung jawab sosial atau sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Di Indonesia CSR sesuatu hal yang tidak wajib dilakukan oleh perusahaan. Namun bagi beberapa perusahaan yang beroperasi di Indonesia CSR merupakan sebuah hal yang wajib dilakukan. Di Indonesia undang-undang mengenai pengungkapan CSR telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (Abdelfattah & Aboud, 2020).

Keberadaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada perusahaan merupakan hal yang tepat dalam mencapai sasaran perusahaan, dan menciptakan kekayaan dalam jangka panjang, dimana perusahaan bertanggungjawab ke pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Perusahaan akan menerapkan CSR sepanjang pihak eksternal dapat bermanfaat secara ekonomis dari pelaksanaan perilaku yang bertanggungjawab tersebut. Perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial akan menghadapi dampak buruk, dapat disimpulkan bahwa penghindaran pajak memberikan dampak buruk yang signifikan bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak (Sandra dan Anwar, 2018).

Dalam menentukan penghindaran pajak, maka komite urusan fiskal OECD (*Organization for Economic Cooperation and development*) menyebutkan ada 3 karakter penghindaran pajak, diantaranya sebagai berikut:

1. Adanya unsur arti fisial dimana berbagai peraturan seolah-olah terdapat didalamnya padahal tindakan ini dilakukan karena ketidak taatan faktor pajak.
 2. Skema semacam ini sering memanfaatkan *loopholes* dari undang-undang atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal untuk berbagai tujuan, padahal bukan itu sebetulnya yang dimaksudkan oleh yang pembuat undang-undang.
 3. Kerahasiaan juga sebagai bentuk dari skema ini dimana umumnya para konsultan menunjukkan alat atau cara untuk melakukan penghindaran pajak dengan syarat wajib pajak menjaga serahasia mungkin
- Pelaksanaan CSR diatur dalam Undang – Undang No 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 tentang kewajiban CSR bagi perseroan terbatas (PT) yaitu:
1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab social dan lingkungan;
 2. Tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran;
 3. Sesuai dengan ketentuan perundang – undangan, perusahaan yang dimenjalankan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi;

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan diatur dalam peraturan pemerintah.

Menurut Hasibuan (2018), *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi 3 komponen prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines* (3P) yaitu sebagai berikut:

1. *Profit* (Keuntungan), merupakan tujuan utama bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan usaha, akan tetapi perusahaan juga harus memperhatikan keuntungan para *stockholder* dan ketahanan ekonomi pada masyarakat.
2. *People* (Manusia), yaitu perusahaan harus memiliki tanggungjawab terhadap kemajuan dan kesejahteraan social serta *stockholdernya*
3. *Planet* (Lingkungan), yaitu perusahaan harus memiliki tanggungjawab atas lingkungan terutama lingkungan sekitarnya. Karena sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungannya.

Resiko yang ditimbulkan oleh kegiatan penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) antara lain yaitu denda, Publisitas dan buruknya reputasi perusahaan. Sebuah pendekatan teoritis menekankan interaksi dari aktivitas *Tax Avoidance* dan *problem agency* yang merekat pada perusahaan *go public* (Lin, dkk. 2017).

Adapun rumus CSRI menurut Ningrum, dkk. (2018) sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

2.4 Komisaris Independen

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Ginting, 2016). Menurut peraturan yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah komisaris independen proporsional dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham yang tidak berperan sebagai pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya tiga puluh persen (30%) dari seluruh anggota komisaris.

Komisaris independen juga dapat merangkap sebagai ketua komite audit. Bila mencermati aturan dari PT Bursa Efek Jakarta Nomor Kep-305/BEJ/07-2004 Pasal III.1.6, dijumpai syarat menjadi komisaris independen adalah sebagai berikut yaitu:

1. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali perusahaan tercatat yang bersangkutan sekurang - kurangnya enam bulan sebelum penunjukan sebagai direktur tidak terafiliasi.
2. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan komisaris dan direktur lainnya dari perusahaan tercatat.
3. Tidak bekerja rangkap sebagai direksi pada perusahaan lain.

Menurut Sarra, (2017), komisaris independen dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah seluruh Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

2.5 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan gambaran peningkatan hasil penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan bertujuan untuk mengukur pendapatan yang dihasilkan dari penjualan dan membandingkannya dari tahun ke tahun apakah memiliki peningkatan atau penurunan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan dari penjualan tiap tahunnya. Oleh karena itu hasilnya juga bisa meningkat ataupun menurun. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. 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. Pertumbuhan penjualan perusahaan dapat dilihat dari peluang bisnis yang tersedia dipasar yang harus diambil oleh perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri (Chomsatu dan Shella, 2018).

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Perusahaan dengan pendapatan yang relatif stabil, lebih mempunyai peluang untuk memperoleh pinjaman dan mampu membayarnya begitu juga sebaliknya. Pertumbuhan penjualan perusahaan dapat dilihat dari peluang bisnis yang tersedia dipasar yang harus diambil oleh perusahaan (Meilda dan Astrid, 2019). Pertumbuhan penjualan dirumuskan, sebagai berikut (Oktamawati, 2017):

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun } i - \text{Penjualan tahun } 0}{\text{penjualan tahun } 0}$$

2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengidentifikasi besar kecilnya suatu perusahaan melalui berbagai cara. Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil (Patmiko, 2020). Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan, dan dapat menggambarkan kegiatan operasional perusahaan dan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Semakin besar ukuran dari sebuah perusahaan, kecenderungan perusahaan membutuhkan dana akan juga lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, hal ini membuat perusahaan yang besar cenderung menginginkan pendapatan yang besar. Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut (Ngadiman & Puspitasari, 2017):

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Log}(\text{total aset})$$

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak Hasil dari beberapa peneliti akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam menggunakan *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan, Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi antara lain adalah sebagai berikut:

Dari uraian penelitian-penelitian di atas maka secara ringkas hasil penelitian dapat disajikan dalam tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Almaidah M., Kartika Hendra T., & Siti Nurlaela W. (2017)	Pengaruh karakteristik perusahaan, <i>sales growth</i> dan CSR terhadap <i>tax avoidance</i>	Umur perusahaan, komite audit dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> . Sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i>
2	Y Wulandari dan Achmad Maqsudi (2019).	pengaruh ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan penghindaran pajak. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan penghindaran pajak Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dan penghindaran pajak. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.
3	Liu & Lee (2019)	<i>The Effect of Corporate Social</i>	<i>First, firms with better CSR performance, in general, are</i>

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		<i>Responsibility on earning management and tax avoidance</i>	<i>less likely to engage in earnings management. Second, for the full sample, there is no significant relationship between CSR performance and tax avoidance.</i>
4	Abdelfattah & Aboud (2020)	<i>Tax avoidance, corporate governance, and corporate social responsibility: The case of the Egyptian capital market</i>	Corporate governance dan corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap tax avoidance Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh terhadap pengembalian saham.
5	Mayasari Oktamawati (2017)	Pengaruh karakter eksekutif, ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap tax avoidance.	Hasil penelitian adalah karakter eksekutif, ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap tax avoidance. Sedangkan komite audit tidak berpengaruh terhadap tax avoidance.
6	Sonia (2019)	<i>Factors Influencing Tax Avoidance</i>	<i>The result indicates that institutional ownership and return on asset have significant influence on tax avoidance, however, independent commissioner, managerial ownership, firm size, leverage, sales growth, capital intensity</i>

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			<i>ratio and inventory intensity ratio do not have significant influence on tax avoidance.</i>
7	Chomstu & Shella (2018)	<i>The Effect of Profitability, Firm Size, Sales Growth and CSR Against Tax Avoidance</i>	<i>The results of this research show that profitability, firm size and the CSR effect on tax avoidance. While sales growth has no effect against tax avoidance</i>
8	Caroline Lin (2017)	<i>Factors That Influence Tax Avoidance in Indonesia Stock Exchange</i>	<i>These results indicate that profitability has an influence on tax avoidance while the proportion of independent commissioners, audit committee, audit quality, and firm size have no influence on tax avoidance.</i>
9	Anshar, Andriyanto dan Wibawaningsih (2021)	<i>The Effect of Executive Share Ownership, Executive Compensation, and Independent Commissioners on Tax Avoidance</i>	<i>The results of this study indicate that: (1) Executive share ownership has no significant effect on tax avoidance, (2) Executive compensation has significant positive effect on tax avoidance, (3) Independent commissioners have no significant effect on tax avoidance, (4) Executive share ownership, executive compensation, and independent commissioners are only able to explain tax avoidance by 3,1%</i>
10	Nyoman	Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan

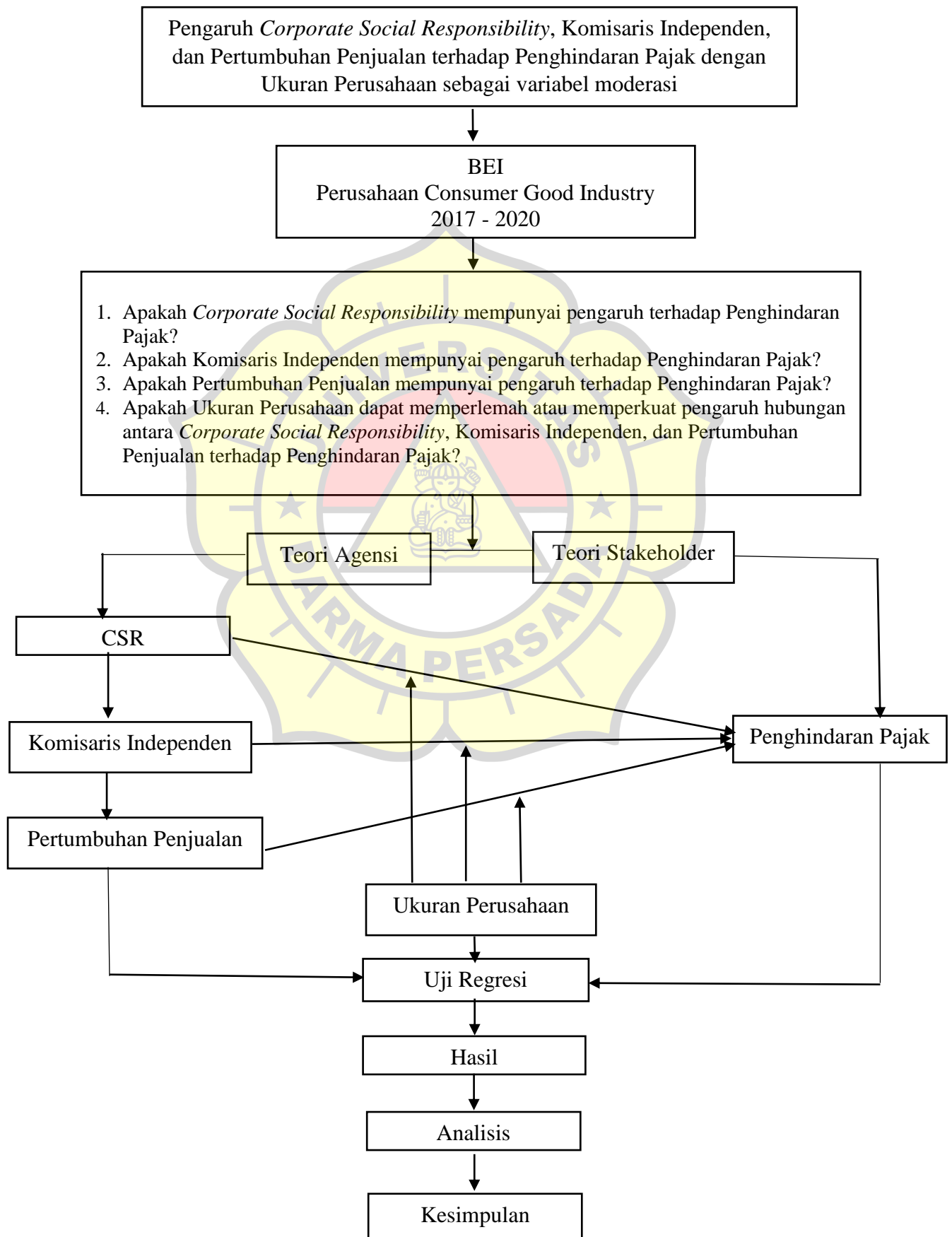
No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
	Trisman Putra & I Ketut Jati E (2018)	Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas Pada Penghindaran Pajak	profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada penghindaran pajak. Sedangkan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi profitabilitas terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan dari riset penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Adapun perbedaan dengan penelitian saya dapat saya tarik penjelasan bahwa komisaris independen berpengaruh terhadap tax avoidance, maka hal ini peneliti memperoleh kebaruan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Persamaan yang dilakukan pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah pengaruh *corporate social responsibility*, pertumbuhan penjualan, terhadap penghindaran pajak, dan ukuran perusahaan.

2.8 Kerangka Pemikiran dan Variabel

Kerangka pemikiran merupakan suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian dan dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut. Peneliti menyajikan kerangka penelitisn dalam gambar 2.1

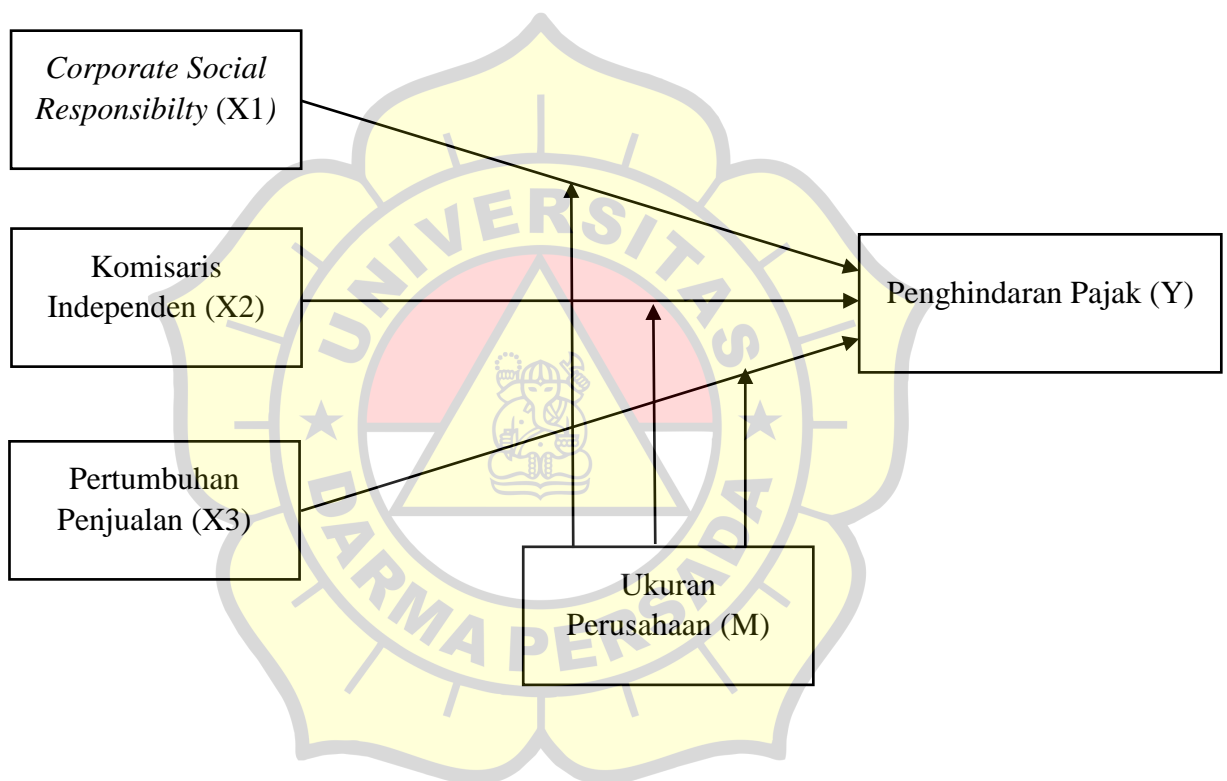
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.1 Kerangka Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma ganda dengan 3 variabel independen dan 1 variabel moderasi yang dapat dijelaskan melalui gambar berikut:

Gambar 2.2
Model Variabel



2.9 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, landasan teori, penelitian sebelumnya dan kerangka penelitian teoritis, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

2.9.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Penghindaran Pajak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya. Pada penelitian Almaidah, dkk (2017) dengan judul Pengaruh karakteristik perusahaan, *sales growth* dan CSR terhadap *tax avoidance*, penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjelaskan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi CSR suatu perusahaan, maka tingkat aktivitas *tax avoidance* dalam perusahaan akan semakin rendah. Isu yang paling signifikan yang timbul dalam upaya menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui *tax avoidance* dan *tax planning* dalam suatu perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap penghindaran pajak

2.9.2 Pengaruh Komisaris Independen terhadap penghindaran pajak

Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat

mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Asri dan Suardana, 2016). Semakin banyak jumlah komisaris independen di dalam perusahaan maka semakin baik komisaris independen dapat memenuhi peran mereka untuk melakukan *monitoring* dan *controlling* pada tindakan pihak manajemen sehubungan dengan perilaku *oportunistik* manajer yang mungkin terjadi (Ginting, 2016). Proporsi komisaris independen yang besar dalam struktur dewan komisaris akan memberi pengawasan yang ketat sehingga mampu meminimalkan kesempatan melakukan kecurangan dari manajemen perusahaan (Sarra, 2017).

Hasil penelitian Pratomo dan Rana, (2021) serta Dewi, (2019) menunjukkan bahwa *variable* komisaris independen berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ginting, (2016), Sarra, (2017), serta Asri dan Suardana, (2016) menunjukkan bahwa variabel komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

H2: Komisaris Independen berpengaruh terhadap penghindaran pajak

2.9.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Growth sales menunjukkan bahwa semakin besar penjualan maka semakin besar laba yang akan di peroleh perusahaans sehingga laba yang dibebankan oleh perusahaan akan semkin besar (Putra & Jati, 2018). Pada penilitian (Oktamawati, 2017) dengan judul Pengaruh karakter eksekutif, ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap *tax avoidance* menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Namun berbeda halnya dengan penelitian (Wulandari & Maqsudi, 2019) berjudul

pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 yang mengatakan bahwa Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak

2.9.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi dalam CSR terhadap Penghindaran Pajak

Saifudin dan Yunanda (2016) menyatakan ukuran perusahaan merupakan skala dimana suatu entitas dapat dikelompokkan sebagai entitas yang besar atau entitas yang kecil. Ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada nilai equity, nilai penjualan, jumlah karyawan, total aset, dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki semakin meningkat juga jumlah produktifitas. Hal ini akan menghasilkan laba yang semakin meningkat dan dapat mempengaruhi tingkat pembayaran pajak.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size* nilai pasar saham, jumlah karyawan, dan lain-lain. Dengan semakin besar atau kecilnya ukuran perusahaan akan memperkuat *Corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance*. Dikarenakan semakin besar atau kecilnya perusahaan maka tanggung jawab sosial sebuah perusahaan akan semakin besar sehingga penghindaran pajaknya lebih meningkat.

Growth sales menunjukkan bahwa semakin besar penjualan maka semakin besar laba yang akan di peroleh perusahaan sehingga laba yang dibebankan oleh perusahaan akan semakin besar. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan maka semakin tinggi penjualan yang dilakukan. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance*.

Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan mampu memoderasi CSR terhadap Penghindaran Pajak.

2.9.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam memoderasi hubungan antara Komisaris Independen terhadap Penghindaran Pajak

Ukuran perusahaan merupakan suatu pengklasifikasian sebuah perusahaan berdasarkan jumlah aset yang dimilikinya (Darmawan & Sukartha, 2014). Semakin besar ukuran perusahaan maka komisaris independent akan semakin besar, semakin banyak komisaris independent yan dimiliki perusahaan maka akan semakin baik dalam memonitoring kegiatan perusahaan dalam hal ini ialah penghindaran pajak.

Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H5: Ukuran perusahaan mampu memoderasi Komisaris Independen terhadap Penghindaran Pajak.

2.9.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam memoderasi hubungan antara Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Menurut Agustina dan Aris (2016) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil dengan cara membandingkan total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan

Growth sales menunjukkan bahwa semakin besar penjualan maka semakin besar laba yang akan di peroleh perusahaan sehingga laba yang dibebankan oleh perusahaan akan semakin besar. Oleh karena itu, semakin besar perusahaan maka semakin tinggi penjualan yang dilakukan. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance*.

Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H6: Ukuran perusahaan mampu memoderasi Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak