

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan komponen penting dalam sebuah penelitian ilmiah, yang berfungsi sebagai landasan teoritis untuk memahami topik yang diteliti. Melalui kajian pustaka, peneliti dapat mengeksplorasi teori-teori dan konsep-konsep yang relevan, sehingga dapat mengidentifikasi celah-celah dalam pengetahuan yang ada dan merumuskan pertanyaan penelitian yang tepat. Selain itu, kajian pustaka juga membantu peneliti dalam menempatkan penelitiannya dalam konteks yang lebih luas, serta memberikan dasar untuk analisis dan interpretasi data yang akan dilakukan pada tahap berikutnya. Menurut Jasiah et al (2021:110) mendefinisikan kajian pustaka sebagai berikut:

“Kajian pustaka adalah kegiatan penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki secara serius tentang teori dan konsep yang berkaitan dengan topik yang diteliti sebagai landasan untuk melanjutkan ke tahap penelitian berikutnya. Secara umum sebuah penelitian memiliki tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian atau validasi dan pengembangan.”

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa kajian pustaka adalah fondasi dari lingkup penelitian yang disajikan secara sistematis. Kajian pustaka memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan memahami konsep-konsep kunci yang terkait dengan topik penelitian, yang kemudian dapat digunakan sebagai basis untuk menghasilkan penemuan baru, membuktikan hipotesis, serta mengembangkan teori yang sudah ada. Dengan demikian, kajian pustaka memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa penelitian yang

dilakukan memiliki dasar yang kuat dan relevan dengan bidang studi yang bersangkutan.

2.1.1 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak merupakan salah satu isu penting dalam bidang perpajakan yang sering menjadi perhatian para peneliti dan praktisi. Memahami konsep penghindaran pajak serta cara-cara yang digunakan untuk mengurangi beban pajak secara legal sangat penting untuk mengidentifikasi implikasi dan dampaknya terhadap penerimaan pajak negara.

2.1.1.1 Definisi Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Meskipun dilakukan secara legal, praktik ini sering menimbulkan kontroversi karena dapat mengurangi penerimaan pajak negara. Untuk memahami lebih lanjut konsep ini, penting untuk melihat berbagai definisi yang telah disampaikan oleh para ahli.

Menurut Nurjana Suleman (2022:27), penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah cara mengurangi beban pajak yang dilakukan secara legal dengan mengikuti ketentuan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan melalui perencanaan pajak.

Sedangkan Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:207) mendefinisikan penghindaran pajak yaitu:

“Penghindaran pajak merupakan suatu tindakan dimana tidak ada hukum pajak yang dilanggar namun secara langsung dapat memberikan pengaruh terhadap pengurangan potensi penerimaan pajak. Praktik penghindaran

pajak dapat memberikan dampak *sentiment negative* atas ketidakadilan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak. Keadilan pajak dapat dilihat dari unsur perlakuan pajak sesuai dengan kondisi material Wajib Pajak.”

Selanjutnya Wirmie Eka Putra dan Yosephine Kurniaty (2024:54)

memberikan definisi penghindaran pajak sebagai berikut:

“*Tax avoidance* adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan dalam konteks peraturan-peraturan pajak yang berlaku dengan memanfaatkan celah hukum untuk memperkecil jumlah pajak setiap tahunnya sehingga dapat membantu memperbaiki cash flow perusahaan.”

Dan menurut Dimas Muhammad Rizal (2023:6), penghindaran pajak didefinisikan sebagai cara memanfaatkan celah dalam mengurangi utang pajak tanpa melawan hukum aturan perpajakan karena didasarkan oleh undang-undang.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa penghindaran pajak adalah tindakan yang dilakukan untuk mengurangi jumlah beban pajak yang harus dibayarkan tanpa melanggar aturan yang ada, sesuai dengan undang-undang perpajakan. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan celah hukum untuk mengurangi utang pajak, dengan tujuan memperkecil pembayaran pajak setiap tahunnya. Praktik penghindaran pajak yang dilakukan secara berkelanjutan oleh perusahaan atau wajib pajak ini dapat berpengaruh terhadap turunnya penerimaan pajak negara. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai penghindaran pajak sangat penting untuk mengembangkan strategi yang dapat mengurangi dampak negatif dari praktik tersebut dan meningkatkan kepatuhan pajak.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Penghindaran Pajak

Terdapat dua faktor yang berpengaruh terhadap aktivitas penghindaran pajak yaitu sebagai berikut :

a. Faktor Finansial

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:208), kegiatan Manajemen Pajak sering memfokuskan perhatiannya pada faktor-faktor finansial yang berpengaruh terhadap aktivitas Penghindaran Pajak, antara lain:

- 1) Kinerja Keuangan Perusahaan: Informasi mengenai kinerja keuangan digunakan untuk mengevaluasi capaian perusahaan dan dapat mempengaruhi keputusan terkait Tax Avoidance.
- 2) Intensitas Aktiva: Perusahaan dengan proporsi besar aset tetapnya umumnya membayar pajak lebih rendah karena depresiasi mengurangi laba kotor.
- 3) Ukuran Perusahaan: Ukuran perusahaan dapat memengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengelola perpajakan dan melakukan tax saving.
- 4) Kompensasi Kerugian: Perusahaan yang mengalami kerugian tidak membayar pajak pada periode tersebut, dan kerugian tersebut dapat dikompensasi pada periode berikutnya.
- 5) Kompensasi bagi Eksekutif: Pemberian kompensasi kepada eksekutif dapat mengurangi laba operasional perusahaan dan berimplikasi pada jumlah pajak yang harus dibayar.
- 6) Corporate Social Responsibility (CSR): Perusahaan dengan kinerja CSR yang tinggi cenderung melakukan penghindaran pajak secara agresif.

- 7) Kepemilikan Saham bagi Eksekutif: Skema transaksi atau kepemilikan saham bagi eksekutif dapat mengurangi pajak yang harus dibayar perusahaan.
- 8) Kesulitan Keuangan (Financial Distress): Perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan cenderung melakukan praktik penghindaran pajak secara agresif untuk mengatasi risiko kebangkrutan.

b. Faktor Non Finansial

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:211), faktor-faktor non-finansial yang dapat berkontribusi terhadap praktik penghindaran pajak (Tax Avoidance) adalah sebagai berikut:

- 1) Corporate Governance: Pelaksanaan yang baik dari Corporate Governance memiliki dampak terhadap praktik penghindaran pajak. Faktor-faktor seperti kepemilikan manajerial, ukuran dewan direksi, keberadaan dewan komisaris independen, dan komite audit dapat memengaruhi keputusan terkait penghindaran pajak.
- 2) Karakteristik Eksekutif: Keputusan terkait Tax Avoidance biasanya melibatkan pimpinan perusahaan yang memiliki karakter tertentu. Peran pemimpin perusahaan dalam mengatur pajak pada tingkat tertinggi (tone at the top) dapat memengaruhi keputusan terkait penghindaran pajak.
- 3) Kualitas Audit: Auditor yang berkualitas dianggap mampu mendeteksi kesalahan dengan lebih baik, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang nilai perusahaan. Hal ini dapat mendorong

perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan penghindaran pajak.

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan salah satu strategi manajemen pajak yang bertujuan untuk meminimalkan kewajiban pajak perusahaan dengan memanfaatkan celah atau ketidaksempurnaan dalam peraturan perpajakan. Strategi ini dilakukan secara legal dan tidak melanggar peraturan perpajakan yang berlaku. Berbeda dengan penggelapan pajak (*tax evasion*) yang melibatkan kegiatan ilegal, penghindaran pajak tetap berada dalam kerangka hukum yang ada. Menurut Nurjana Suleman (2022 : 44), beberapa strategi yang sering digunakan meliputi:

- a. Mengklasifikasikan laba operasional sebagai laba modal.
- b. Mengakui pengeluaran modal sebagai pengeluaran operasional.
- c. Membebankan biaya personal sebagai biaya bisnis.
- d. Melaporkan pembuangan bahan baku secara berlebihan dalam industri manufaktur untuk mengurangi laba kena pajak.

Menurut James Kessler pada Sartono (2023 : 125) *tax avoidance* terbagi menjadi 2 jenis yaitu :

1. Penghindaran pajak yang diperbolehkan (*acceptable tax avoidance*), harus memiliki karakteristik dan tujuan yang baik dan tidak diperbolehkan melakukan transaksi palsu.
2. Penghindaran pajak yang tidak diperbolehkan (*unacceptable tax avoidance*), secara umum memiliki karakteristik tidak baik atau salah

karena dilakukan atas dasar untuk menghindari pembayaran pajak dan melakukan transaksi palsu.

2.1.1.3 Indikator Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak dapat diukur dengan beberapa pengukuran dan sampai saat ini sudah banyak cara dalam pengukuran penghindaran pajak. Menurut Hanlon & Heitzman dalam Wirmie, et al (2022 : 72) indikator penghindaran pajak yaitu :

$$\text{Current Effective Tax Rate} = \frac{\text{Current income tax expense}}{\text{Pretax income}}$$

Menurut Wirmie Eka Putra & Yosephine Kurniaty (2024 : 47) indikator penghindaran pajak yaitu :

$$\text{Cash Effective Tax Rate} = \frac{\text{Cash Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

Sedangkan menurut Trisnawati & Gunawan (2019) indikator penghindaran pajak yaitu :

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator *Cash Effective Tax Rate* menurut Wirmie Eka Putra & Yosephine Kurniaty (2024 : 47) dengan rumus :

$$\text{Cash Effective Tax Rate} = \frac{\text{Cash Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

Alasan penggunaan indikator *Cash Effective Tax Rate* yaitu karena untuk menentukan apakah sebuah perusahaan melakukan penghindaran pajak atau tidak karena CETR tidak terpengaruh dengan estimasi seperti penyisihan, penilaian atau perlindungan pajak (Wirmie Eka Putra & Yosephine Kurniaty, 2024 : 55).

2.1.2 Corporate Social Responsibility

2.1.2.1 Definisi CSR

Corporate Social Responsibility lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial seperti kerusakan lingkungan dan eksploitasi sumber daya alam. Menurut Ni Wayan Novi & Gede Sri Darma (2020 : 11) definisi *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* adalah bagian dari tanggung jawab suatu perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan etika berbisnis. Komitmen yang dimiliki perusahaan terbentuk berdasarkan kesadaran perusahaan terhadap kewajibannya yang harus dipenuhi.”

Dan menurut Widayatmojo, et al., (2023 : 28) definisi *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* adalah kewajiban perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap permasalahan sosial dan lingkungan guna menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi perusahaan ini dapat berupa bantuan finansial, bantuan tenaga ahli dari perusahaan tersebut, bantuan barang dan lainnya.”

Sedangkan menurut Wirmie Eka Putra & Yosephine Kurniaty (2024 : 10)

definisi *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* adalah salah satu cara untuk menunjukkan komitmen terhadap aktivitas bisnis dengan bertindak secara etis, memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan pekerja dan masyarakat.”

Berdasarkan definisi yang telah disebutkan diatas, maka dapat dikatakan *corporate social responsibility* adalah upaya sebuah perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dengan kontribusi seperti bantuan finansial, bantuan barang, dan tenaga ahli guna untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja dan masyarakat. Ketika perusahaan memiliki reputasi baik di mata para pemangku kepentingan, perusahaan akan lebih mudah untuk meningkatkan kinerja bisnisnya yang pada akhirnya akan membantu mencapai tujuan utama dari tanggung jawab sosial, yaitu pembangunan berkelanjutan.

2.1.2.2 Tujuan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

CSR merujuk pada tanggung jawab perusahaan terhadap semua pihak yang terlibat, dipengaruhi, dan terdampak oleh kegiatan bisnis mereka. Walaupun tujuan utama perusahaan adalah menghasilkan keuntungan, namun perusahaan tidak dapat lepas dari keterkaitannya dengan masyarakat. Menurut Idowu & Papasolomou dalam Wirmie Eka Putra & Yosephine Kurniaty (2024 : 38)

menjelaskan bahwa terdapat 5 tujuan pokok pengungkapan CSR pada perusahaan, yaitu :

- 1) Perusahaan menerbitkan laporan CSR sebagai upaya untuk memberikan informasi kepada para pemangku kepentingan mengenai kontribusi mereka dalam meningkatkan kondisi sosial.
- 2) Terkait dengan citra perusahaan; perusahaan mulai merilis laporan CSR karena adanya kebutuhan bagi mereka untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang aktivitas mereka, hal ini sebagai akibat dari meningkatnya peningkatan LSM yang terus berpendapat bahwa perusahaan di sektor tertentu memiliki reputasi menghasilkan keuntungan besar dengan merugikan lingkungan dan memanfaatkan karyawan mereka.
- 3) Transparansi; perusahaan menerbitkan laporan CSR untuk mengarahkan.
- 4) Demi mewujudkan budaya perusahaan, perusahaan meningkatkan pelaporan CSR untuk mencerminkan betapa pentingnya mereka menonjolkan CSR sebagai bagian inti dari bisnis perusahaan.
- 5) Kinerja keuangan sebuah perusahaan ditunjukkan melalui penerbitan laporan CSR sebagai respons terhadap permintaan investor institusi dan analis pasar yang menginginkan informasi CSR dapat diakses oleh publik.

2.1.2.3 Indikator CSR

Terdapat beberapa indikator dalam mengukur corporate social responsibility diantaranya yaitu menurut Lela Nurlaela Wati (2019 : 21) indikator *corporate social responsibility* yaitu GRI-G3 yang dapat digunakan untuk seluruh organisasi baik dengan skala kecil maupun besar diseluruh dunia. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan indeks pengungkapan dari setiap perusahaan yang dihitung dengan membagi pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan, dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility Disclosure indeks perusahaan

N_j = Jumlah kriteria pengungkapan corporate social responsibility (CSR) untuk perusahaan j, $n_j \leq 91$

X_{ij} : 1 = jika kriteria diungkapkan ; 0 = jika kriteria tidak diungkapkan

Menurut Mohammad Iqbal As'ad Mauludy & Silvana Faiqoh (2019) indikator *corporate social responsibility* yaitu GRI-G4 dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{CSRDI}_j = \left(\frac{\sum X_{ij}}{n_j} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks Perusahaan

N_j = Jumlah kriteria pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk perusahaan j , $n_j \leq 91$

X_{ij} = Point bagi indikator yang dilaksanakan (1 = Jika kriteria diungkapkan; 0 = Jika kriteria tidak diungkapkan)

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator GRI-G4 menurut Mohammad Iqbal As'ad Mauludy & Silvana Faiqoh (2019) dengan rumus :

$$CSRDI_j = \left(\frac{\sum X_{ij}}{n_j} \right) \times 100\%$$

Alasan penggunaan indikator GRI-G4 ini yaitu untuk menentukan angka CSR yang diharapkan untuk dapat diungkapkan oleh perusahaan dan kemudian dihubungkan dengan pendapatan bersih perusahaan, sehingga didapatkan berapa total biaya CSR.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Definisi Nilai Perusahaan

Sebuah perusahaan dibentuk untuk mencapai tujuan sesuai dengan kepentingan dan keinginan pemiliknya. Salah satu tujuan jangka panjang dari setiap perusahaan adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Menurut Yeni, et al (2024 : 3) definisi nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan adalah gambaran atas kondisi yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari harga saham tersebut

di pasar modal. Kenaikan harga saham merupakan hasil dari presentasi perusahaan, jika kinerja perusahaan bagus maka harga sahamnya akan naik juga nilai perusahaan meningkat.”

Menurut Gunardi, et al (2022 : 16) definisi nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan adalah kondisi perusahaan untuk mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui berbagai proses operasionalnya dari sejak awal didirikan.”

Menurut Asep Risman (2021 : 5) definisi nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan adalah estimasi nilai saat ini dari arus kas yang diharapkan di masa depan dengan mempertimbangkan risiko yang dapat mengakibatkan mengalami penyimpangan.”

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai perusahaan adalah tingkat keberhasilan perusahaan yang sering disebut dengan harga saham. Jika harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi, dan dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan di masa mendatang. Peningkatan nilai perusahaan juga akan mencerminkan kesejahteraan para pemilik saham dari perusahaan tersebut.

2.1.3.2 Macam Macam Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah salah satu pertimbangan penting bagi para investor sebelum memutuskan untuk memberikan dana kepada perusahaan. Menurut Rosdaliva, et al (2023 : 47) terdapat macam-macam konsep pemaparan nilai perusahaan antara lain sebagai berikut :

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai resmi yang tercantum dalam akta pendirian perusahaan, tertera dengan jelas di neraca perusahaan, dan dijelaskan dalam surat saham.

2. Nilai Pasar

Harga pasar ini juga sering disebut sebagai kurs. Adalah harga yang terjadi akibat proses negosiasi di pasar saham. Sehingga nilai tukar tidak terbentuk secara sembarangan, karena hanya ada ketika saham perusahaan diperdagangkan di bursa saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah nilai yang terkait dengan estimasi nilai sebenarnya dari sebuah perusahaan. Menurut nilai intrinsik, kebernilaian sebuah perusahaan tidak hanya ditentukan oleh aset yang dimilikinya, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.

4. Nilai Buku

Seperti yang dapat disimpulkan dari namanya, nilai ini berkaitan dengan pembukuan, atau secara lebih luas, nilai ini berdasarkan pada prinsip akuntansi.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai semua aset perusahaan setelah dipotong semua hutang atau kewajiban yang harus dibayar. Nilai sisanya akan dibagikan kepada para pemegang saham sebagai deviden. Salah satu

metode lain dalam menghitung likuidasi adalah melalui neraca performa, yang harus disusun sebelum perusahaan menjalani proses likuidasi.

2.1.3.3 Indikator Nilai Perusahaan

Indikator nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, berikut ini adalah nilai perusahaan yang secara umum sering digunakan yaitu :

Menurut Asep Risman (2021 : 8) indikator nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus *Price Earning Ratio* (PER) sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

Menurut Asep Risman (2021 : 8) indikator nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus *Price to Book Value* (PBV) sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Menurut Silvia Indrarini (2019 : 16) indikator nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus *Tobin's Q* sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai saham ekuitas (harga saham penutupan X jumlah saham yang beredar)

D = Total hutang

EBV = Nilai buku dari total ekuitas (*equity book value*)

Berdasarkan indikator yang sudah disebutkan diatas, maka indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rasio Tobin's Q dengan rumus :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Alasan menggunakan indikator Tobin's Q yaitu karena Tobin's Q sangat sesuai digunakan sebagai perhitungan nilai perusahaan yang menggambarkan nilai pasar dan juga karena ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Kriteria nilai Tobin's Q perusahaan, berkisar:

1. Rendah (0 hingga 1), maka pasar akan menilai rendah perusahaan tersebut.
2. Tinggi (>1), maka nilai perusahaan lebih besar sehingga memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia bisnis, perusahaan tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga harus memperhatikan kewajiban sosial dan lingkungan. Dua aspek penting yang sering menjadi fokus penelitian adalah penghindaran pajak (*tax avoidance*) dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kedua variabel ini

mempengaruhi nilai perusahaan. Penghindaran pajak adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak melalui cara-cara yang legal. Meskipun penghindaran pajak berada dalam batas hukum, praktik ini seringkali memanfaatkan celah-celah dalam peraturan perpajakan. Dengan mengurangi beban pajak, perusahaan dapat meningkatkan laba bersihnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang lebih tinggi akan menarik lebih banyak investor, karena laba yang lebih besar akan meningkatkan return saham dan memperkuat daya saing perusahaan di pasar.

CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara meningkatkan kualitas hidup karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Kegiatan CSR mencakup berbagai inisiatif seperti pendidikan, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Implementasi CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan. Namun, biaya yang dikeluarkan untuk CSR dapat mengurangi laba bersih perusahaan dalam jangka pendek, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Penghindaran pajak diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara mengurangi beban pajak yang harus dibayar, sehingga laba bersih meningkat. Laba yang lebih tinggi menarik minat investor dan meningkatkan harga saham, yang merupakan indikator utama dari nilai perusahaan. CSR diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan dari pemangku kepentingan. Meskipun CSR dapat mengurangi laba dalam jangka pendek karena biaya yang terkait, dalam jangka panjang, CSR yang

efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, daya tarik investor, dan stabilitas operasional perusahaan, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini juga mempertimbangkan bagaimana interaksi antara penghindaran pajak dan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Misalnya, perusahaan yang secara agresif menghindari pajak tetapi juga memiliki program CSR yang kuat mungkin dapat menyeimbangkan dampak negatif dari penghindaran pajak dengan meningkatkan reputasi melalui CSR. Sebaliknya, perusahaan yang menghindari pajak tanpa memperhatikan CSR mungkin menghadapi risiko reputasi yang dapat mengurangi nilai perusahaan.

2.2.1 Pengaruh Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Penghindaran pajak merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar dengan memanfaatkan celah atau ketidaksempurnaan dalam peraturan perpajakan. Dengan mengurangi beban pajak, perusahaan dapat melaporkan laba bersih yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Laba bersih yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk membayar dividen yang lebih besar kepada pemegang saham atau menginvestasikan kembali laba tersebut dalam bisnis untuk mendukung pertumbuhan lebih lanjut.

Pernyataan ini didukung oleh konsep dan teori yang dikemukakan oleh Herdiyanto & Ardiyanto (2015:3) Penghindaran pajak dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan, sehingga manajemen terlihat baik dimata pemegang saham. Ketika perusahaan mampu meminimalkan pengeluaran untuk

keperluan perpajakan, berarti semakin sedikit beban yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin besar laba yang diperoleh. Minat investor akan meningkat pada saham yang memperoleh laba besar sehingga harga saham akan mengalami kenaikan. Yamashita et al. (2024:10) menyatakan bahwa penghindaran pajak menjadi aspek internal penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan sering kali berusaha memanfaatkan celah-celah dalam undang-undang perpajakan untuk mengurangi beban pajak dan meningkatkan pendapatan bersih. Parjiono et al. (2018:134) juga menambahkan bahwa manajer perusahaan melihat kebijakan penghindaran pajak sebagai cara untuk meminimalkan beban pajak secara legal, yang pada akhirnya meningkatkan laba dan kinerja perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan ini sering kali tercermin dalam kenaikan nilai saham perusahaan di pasar.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung pandangan bahwa penghindaran pajak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Misalnya, Zef Arfiansyah (2020) menemukan bahwa penghindaran pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Robby Krisyadi & Evi Yessy Angery (2021) juga menunjukkan bahwa penghindaran pajak memberikan pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan Miranda Agustin Wulandari & Mulyadi Noto Soetarjo (2022) bahwa Penghindaran Pajak berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan berbagai konsep dan temuan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis berikut:

H1 : Penghindaran Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Implementasi *Corporate social responsibility* yang efektif dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan. Hal ini terjadi karena apabila suatu perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik maka image perusahaan di kalangan masyarakat akan meningkat. Dengan tanggung jawab seperti ini maka perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan.

Konsep tersebut didukung oleh Mohamad Nur Utomo (2019 : 9) menyatakan bahwa perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab lingkungan dan kinerja yang baik akan memberikan dampak yang semakin luas pada nilai perusahaan yang lebih besar. Selain sebagai regulasi pengungkapan CSR juga digunakan sebagai peningkatan nilai di mata masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan Gunardi, et al (2023 : 62) bahwa pengungkapan CSR dapat mendorong naik nilai perusahaan karena umumnya perusahaan mengungkapkan aktivitas yang menguntungkan pemangku kepentingan. Perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan, peningkatan kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

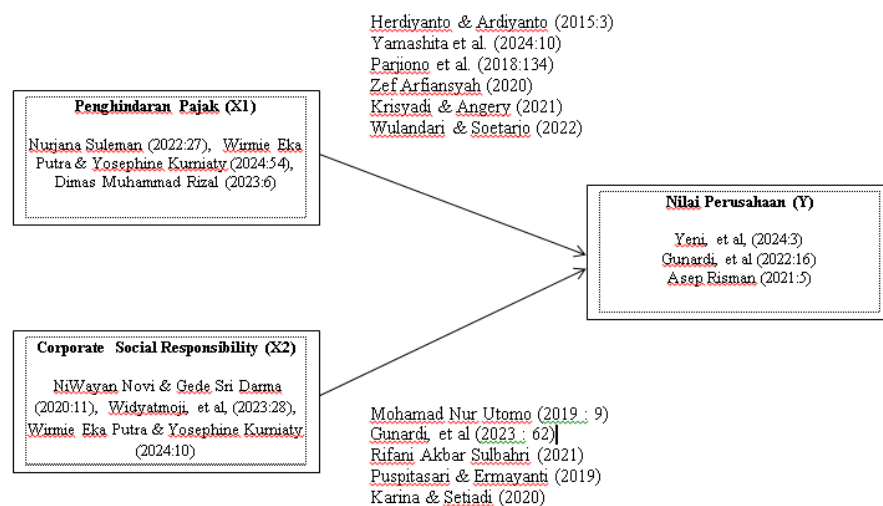
Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rifani Akbar Sulbahri (2021) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Elsa Puspitasari & Dwi Ermayanti (2019)

menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan juga hal ini sejalan dengan Desita Riyanta Mitra Karina & Iwan Setiadi (2020) membuktikan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan berbagai konsep dan temuan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis berikut:

H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka paradigam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Muslich Ansori (2020:45) Hipotesis dapat dikatakan sebagai pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka penulis mengambil kesimpulan sementara (hipotesis) adalah sebagai berikut:

H1: Penghindaran Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.