

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan (agency theory) pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal (pemilik atau pemegang saham) dengan agen (manajer), yaitu antara dua orang maupun lebih dalam mengelola perusahaan. Pihak prinsipal merupakan pihak yang memiliki hak dalam pengembalian sebuah ketetapan untuk masa depan perusahaan serta pemberian tanggung jawab kepada pihak lain (agen). Prinsipal sebagai pemilik modal mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada agen dengan harapan agen dapat mengelola sumber daya secara optimal untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, dalam praktiknya sering terjadi konflik kepentingan karena agen memiliki tujuan yang tidak selalu sejalan dengan kepentingan prinsipal.

Perbedaan kepentingan ini diperkuat dengan adanya asimetri informasi (information asymmetry). Manajer memiliki akses informasi yang lebih besar mengenai kondisi internal perusahaan dibandingkan pemilik. Hal ini memungkinkan agen untuk mengambil keputusan yang menguntungkan dirinya sendiri meskipun dapat merugikan prinsipal. Perilaku tersebut menimbulkan apa yang disebut dengan

biaya keagenan (agency cost) yaitu biaya yang muncul akibat konflik kepentingan dan ketidakseimbangan informasi antara prinsipal dan agen (Faisal & Shukor, 2024).

Biaya ini muncul karena pemilik harus mengeluarkan pengawasan untuk memastikan manajer bertindak sesuai tujuan perusahaan, sementara manajer juga mungkin mengeluarkan usaha tambahan untuk meyakinkan pemilik bahwa tindakannya tidak merugikan. Namun demikian, perbedaan kepentingan tidak sepenuhnya dapat dihilangkan sehingga selalu ada kerugian residu. Dalam konteks perpajakan, teori keagenan memberikan pemahaman bahwa praktik penghindaran pajak merupakan salah satu wujud perilaku oportunistik manajer. Manajer memiliki insentif untuk menurunkan beban pajak perusahaan karena laba setelah pajak yang lebih besar dapat meningkatkan kompensasi atau bonus yang mereka peroleh. Akan tetapi, strategi tersebut bisa berdampak negatif bagi prinsipal karena berpotensi menimbulkan sanksi, biaya litigasi, dan penurunan reputasi perusahaan (Annisa & Arsjah, 2022).

Teori keagenan juga menjelaskan peran variabel independen seperti corporate social responsibility (CSR), manajemen laba, dan profitabilitas dalam kaitannya dengan penghindaran pajak. CSR dapat dipandang sebagai sarana yang digunakan manajer untuk memperoleh dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Dari sudut pandang agensi, CSR dapat berfungsi ganda: sebagai mekanisme monitoring

yang meningkatkan transparansi sehingga membatasi perilaku oportunistik, atau sebagai alat yang justru menutupi praktik agresif seperti tax avoidance (Utami & Darsono, 2023). Penelitian terkini juga menegaskan bahwa hubungan antara CSR dan agresivitas pajak bersifat dua arah, di mana perusahaan yang melakukan tax avoidance cenderung meningkatkan aktivitas CSR untuk mengurangi sorotan negatif, dan sebaliknya (Janković, Stojanović, & Ilić, 2025).

Sementara itu, manajemen laba merupakan bentuk nyata perilaku oportunistik agen akibat adanya asimetri informasi. Manajer dapat merekayasa angka laba melalui akrual maupun aktivitas riil dengan tujuan menunjukkan kinerja yang baik. Praktik ini tidak hanya memengaruhi kualitas laporan keuangan, tetapi juga berkaitan erat dengan strategi perpajakan. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa manajemen laba dapat memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap tax avoidance, yang berarti rekayasa laba berperan sebagai sarana untuk mengelola beban pajak sesuai kepentingan manajer (Sukmawati & Sari, 2019). Temuan lain mengungkap bahwa perubahan kebijakan tarif pajak juga mendorong perusahaan menyesuaikan laba, yang berimplikasi pada perencanaan pajak yang lebih agresif (Mulyani & Tarmizi, 2021).

Selain itu, profitabilitas juga berkaitan dengan konflik keagenan dalam konteks perpajakan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi memiliki potensi beban pajak yang besar, sehingga

manajer terdorong untuk melakukan penghindaran pajak demi menjaga laba setelah pajak tetap tinggi (Aditya & Wahyuni, 2023). Dengan demikian, teori keagenan memberikan dasar konseptual yang kuat dalam memahami praktik penghindaran pajak. Konflik kepentingan dan asimetri informasi membuat manajer memiliki dorongan untuk bertindak oportunistik melakukan tax avoidance (Nugraha & Putri, 2024).

2.1.2 Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

Penghindaran pajak yakni aksi yang diambil bagi wajib pajak guna mengurangi tanggungan pajak melalui penggunaan celah undang-undang yang berlaku (Cindy, 2023). Menurut uraian yang telah disampaikan sebelumnya, tax avoidance atau penghindaran pajak ialah sebuah usaha yang dikelola oleh pihak yang wajib membayar pajak guna mengecilkan atau menurunkan besarnya pajak yang harus dibayarkan tanpa melanggar aturan perpajakan dan perundang-undangan yang berlaku (Dewi Putri & Sri Lastanti, 2023).

Ada sejumlah sebab yang mengakibatkan para wajib pajak gagal menunaikan keharusan pajaknya. Hal ini terjadi karena pajak dianggap sebagai beban yang memberatkan, adanya ketidakpercayaan di kalangan masyarakat terhadap pemerintah, perilaku pegawai pajak yang tidak profesional, pegawai pajak rentan untuk disuap, tiada adanya kepastian bahwa pajak dipakai secara tepat, sanksi yang

diterapkan kepada pelanggar pajak cenderung tidak efektif, kurangnya pemahaman mengenai pentingnya pajak bagi kesejahteraan para wajib pajak, minimnya pengetahuan, serta kurangnya kesadaran masyarakat untuk selalu mengikuti perkembangan peraturan pemerintah terbaru, dan pengawasan pemerintah yang tidak memadai. Perusahaan yang menyingkirkan kewajiban pajak umumnya memanfaatkan sistem pengambilan pajak untuk melaksanakan penghindaran tersebut. Metode pengambilan pajak menurut (Prof. Dr. Mardiasmo, 2018) dibagi menjadi 3 yakni :

1. *Official Assesment System* merupakan suatu metode pengambilan yang memberikan otoritas kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan jumlah pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak.
2. *Self Assesment System* adalah metode pengambilan pajak yang memberi wajib pajak wewenang untuk menentukan sendiri berapa banyak pajak yang harus dibayar.
3. *With Holding System* adalah cara pengambilan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga—bukan fiskus atau Wajib Pajak yang bersangkutan—untuk menentukan jumlah pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* merujuk pada kewajiban sebuah perusahaan untuk mempertimbangkan efek pilihan dan tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan. Sangat penting untuk mencapai ini melalui tindakan yang terbuka dan etis, selaras dengan landasan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dengan tetap memperhatikan harapan dari para pemangku kepentingan. CSR diwajibkan untuk mematuhi pedoman yang ditetapkan oleh hukum. Hukum yang berlaku dan standar perilaku universal, serta terintegrasi secara keseluruhan dalam organisasi. Menurut *Indonesian Corporate Social Responsibility Award*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen dan usaha perusahaan yang bergerak dengan cara yang sah dan bermoral dengan tujuan untuk mengurangi bahaya yang ditimbulkan oleh keberadaan perusahaan, berkontribusi pada kemajuan sosial, ekonomi, dan lingkungan, dan mendukung pembangunan lanjutan demi peningkatan kualitas hidup seluruh pemangku kepentingan. (Karmelita, 2020).

Dalam pengukuran pengungkapan CSR secara internasional banyak merujuk pada *Global Reporting Initiative (GRI) G4* yang menekankan aspek materialitas, yaitu isu-isu paling relevan bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. GRI G4 membagi pengungkapan ke dalam *General Standard Disclosures* (profil

organisasi, strategi, etika, tata kelola, dan keterlibatan stakeholder) serta *Specific Standard Disclosures* yang mencakup dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial, termasuk praktik ketenagakerjaan, HAM, masyarakat, serta tanggung jawab produk (GRI, 2013).

Penggunaan GRI G4 mendukung konsistensi, transparansi, dan keterbandingan antar perusahaan, sekaligus menjadi bentuk pertanggungjawaban terhadap stakeholder. Di Indonesia, standar ini semakin banyak dipakai dalam penelitian akuntansi dan manajemen karena memberikan gambaran komprehensif tentang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan etika bisnis (Nur & Priantinah, 2012; Wibowo et al., 2022). Dengan demikian, penerapan GRI G4 bukan hanya memenuhi kewajiban regulasi, tetapi juga menjadi strategi untuk menjaga , meningkatkan reputasi, serta meminimalkan potensi konflik dengan stakeholder.

Menurut (Mahrinasari, 2019) terdapat 3 dasar teori pengungkapan terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR), meliputi:

1. Teori Pemangku Kepentingan (Teori *Stakeholder*)

Perusahaan memiliki kewajiban yang tidak terbatas hanya kepada pemilik (stakeholder), melainkan juga meluas kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, rancangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) timbul. Dalam

menjalankan operasionalnya, perusahaan pasti membutuhkan para stakeholder untuk mempertahankan keselarasan antara kegiatan bisnis, pengamanan, juga kesinambungan perkembangan bisnis itu sendiri.

Para pemangku kepentingan dianggap sebagai aspek penting dari perusahaan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan operasional, karena operasional perusahaan berinteraksi dengan banyak pemangku kepentingan selama pelaksanaan kegiatan bisnis (Sari, 2019).

(Suprasto & Haryanti, 2019) menjelaskan ada beberapa faktor yang membuat perusahaan harus mengamati keperluan stakeholder, yakni: 1) Masalah lingkungan mengacu pada masalah yang dihadapi oleh berbagai kelompok masyarakat yang dapat berdampak pada kualitas hidup mereka.; 2) Dalam masa globalisasi, hasil yang dijual diharuskan ramah lingkungan; 3) Para investor saat memilih tempat guna berinvestasi lebih cenderung memutuskan perusahaan yang menerapkan serta menumbuhkan prosedur serta program lingkungan; 4) Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan aktivis lingkungan semakin berani mengungkapkan pendapat tentang perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungan.

2. Teori Legitimasi

Pengakuan atau adalah aspek pokok pada penerapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Tindakan tanggungjawab sosial korporat bertujuan untuk memberi faedah sosial yang dapat meningkatkan kesejahteraan pihak berkepentingan dan memperbaiki kehidupan mereka. Manfaat yang signifikan bagi pemangku kepentingan menyebabkan perusahaan memposisikan dirinya di antara pemangku kepentingan lainnya, yang memastikan stabilitas dan keberlanjutan (Kencana & Lastanti, 2018).

Dalam akuntansi sosial dan lingkungan sering menggunakan teori legitimasi. Biasanya, teori ini digunakan dalam analisis akuntansi dengan tujuan untuk memperluas konsep pengungkapan terkait lingkungan dan tanggung jawab sosial. Konsep ini mengacu pada suatu sistem manajemen perusahaan yang berorientasi pada pemerintah, individu, dan komunitas. Pendapat ini menguraikan perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat melalui pengungkapan aktivitas sosial yang mereka laksanakan. Tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh perusahaan harus mempertimbangkan serta mengikuti nilai dan norma yang berlaku agar dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Berdasarkan teori ini, setiap tindakan yang diambil oleh perusahaan harus dapat diterima oleh masyarakat (Munandar et al., 2021).

Teori legitimasi juga menyoroti kaitan di antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini menyebutkan organisasi selalu berupaya untuk memastikan bahwa aktivitas perusahaan sejalan dengan batasan serta norma sosial yang berlaku (Wibowo et al., 2022).

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) suatu ikatan (kontrak) antara perusahaan dan masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan akan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang terdapat pada masyarakat melalui peraturan-peraturan agar dapat diterima dalam lingkup eksternal. Teori sangat bermanfaat untuk menganalisis perilaku yang terjadi dalam organisasi, dengan batasan yang ditetapkan oleh kaidah dan prinsip sosial. Hal ini menekankan signifikansi pada telaah perilaku organisasi dalam mempertimbangkan lingkungan sekitarnya (Rahmawardani & Muslichah, 2020).

3. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Relasi di antara manajemen perusahaan sebagai agen (manajemen perusahaan) dan pemilik bisnis sebagai principal (pemilik usaha) dikenal dengan istilah teori keagenan. Michael Johnson menjelaskan bahwa dalam teori ini, manajemen berperan sebagai agen bagi pemegang saham dan cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadinya daripada bersikap adil dan bijaksana terhadap pemegang saham, seperti yang diwacanakan dalam model manajemen. CSR merupakan sebuah konsep yang berakar pada teori keagenan

dengan tujuan untuk mempertahankan kepercayaan investor bahwa para manajer akan berusaha memberikan keuntungan untuk mereka, serta pengelolaan perusahaan dilakukan dengan menjunjung tinggi dan mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku (Purnamawati et al., 2017).

Corporate Social Responsibility diharapkan dapat dimanfaatkan untuk mengurangi dan menekan biaya keagenan, seperti: pengeluaran yang dikeluarkan untuk mengawasi oleh pemilik saham, anggaran keluar oleh manajemen guna membuat laporan yang jelas (terlibat biaya audit independen dan kontrol internal), juga tarif yang muncul akibat penurunan nilai kepemilikan pemegang saham sebagai bentuk pengeluaran yang diberi untuk manajemen dalam bentuk pilihan serta beragam keuntungan, dengan maksud menyerasikan keperluan manajemen beserta pemilik saham (Rosyati et al., 2022).

Menurut (Calvo et al., 2018) teori agensi juga mengemukakan masalah kepentingan di antara agen serta *principal* mampu diminimalkan melalui berbagai mekanisme serta pengawasan yang dapat menyelaraskan berbagai kepentingan yang ada dalam perusahaan. Namun, kemungkinan munculnya masalah agensi tetap ada dikarenakan munculnya ketidaksamaan di antara manajemen serta kepemilikan perusahaan, terutama di perusahaan-perusahaan yang tercatat di bursa. Inilah alasan mengapa tanggung jawab sosial perusahaan yang baik sangat diharapkan.

2.1.4 Manajemen Laba

Laba selalu menjadi perhatian utama baik bagi pihak internal maupun eksternal dalam konteks laporan keuangan (Asyati & Farida, 2020). Informasi mengenai laba sangat penting untuk menilai kinerja perusahaan dan mengawasi tanggung jawab manajemen. Menyadari betapa krusialnya laba, manajemen berupaya untuk mendongkrak keuntungan perusahaan, pihak luar, dan juga untuk kepentingan pribadi (Darmawan et al., 2019). Selain itu, banyak pemakai laporan keuangan (investor) cenderung tidak menghiraukan proses yang sesungguhnya dalam mendapatkan laba dengan saja fokus kepada angka laba, sehingga praktik manajemen laba sering dijalankan oleh manajer (Kumalasari, 2021).

Manajemen laba ialah perbuatan yang terencana juga sengaja yang dipilih guna menghasilkan keuntungan (laba) yang dilaporkan tepat harapan (Carolin et al., 2022). Selain itu, manajemen laba dapat dipahami sebagai suatu metode dalam akuntansi di mana manajer berusaha mencapai target laba dengan memanfaatkan keluwesan dalam pelaporan keuangan. Hakikatnya, manajemen laba digunakan guna memperbaiki catatan keuangan, sehingga membuat investor terpicat dengan perusahaan yang memiliki catatan laba memperoleh hasil maksimal karena dianggap berprestasi baik. Lebih lanjut Scott, dalam (Renaldo et al., 2023) menyatakan bahwa manajemen laba adalah pemilihan kebijakan akuntansi untuk meraih tujuan tertentu. Tujuan

yang ingin dicapai melalui manajemen laba mencakup: mendapatkan bonus, menghindari pelanggaran dalam perjanjian utang, serta menghindari dampak biaya politik.

Berdasarkan penjelasan tentang manajemen laba di atas, bisa diungkapkan bahwa manajemen laba adalah proses pengaturan pemasukan pendapatan (*cash inflow*) dan pengeluaran (*cash outflow*) agar perusahaan dapat mencapai laba bersih dari operasi.

Terdapat bentuk-bentuk manajemen laba menurut (Hertz, 2018) :

1) *Taking a Bath*

Taking a Bath merupakan suatu langkah/strategi di mana manajemen mengakui adanya pengeluaran serta tanggungan yang signifikan pada waktu tersebut, dengan tujuan agar keuntungan perusahaan menjadi minimal atau bahkan mengarah pada kerugian.

2) *Income Minimization*

Income Minimization dilaksanakan ketika suatu perusahaan meraih keuntungan signifikan, tetapi memiliki keinginan agar keuntungan tersebut tidak tampak besar dengan cara mengurangi laba pada periode tertentu. Tujuannya adalah untuk menghindari perhatian dari pihak politik atau tekanan dari luar, seperti pajak.

3) *Income Maximization*

Income Maximization diwujudkan saat perusahaan tidak mencapai keuntungan memadai. Perusahaan menerapkan strategi guna

meningkatkan laba dengan cara mengubah laporan keuangan, contohnya dengan memilih metode akuntansi yang spesifik. Tujuannya adalah untuk mendapatkan bonus yang lebih tinggi atau untuk menghindari pelanggaran terhadap perjanjian utang.

4) *Income Smoothing*

Income Smoothing adalah jenis pengelolaan laba yang teramat umum dilakukan, dengan cara meningkatkan dan mengurangi keuntungan yang dilaporkan dari satu periode ke periode selanjutnya. Tujuannya adalah untuk mengurangi variasi laba sehingga perusahaan tampak stabil dan tidak memiliki risiko yang besar.

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas ialah sebuah proporsi yang dipakai guna menakar seberapa baik perusahaan bisa membuahkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu dan juga memberikan indikasi tentang seberapa efektif manajemen suatu perusahaan. Proporsi profitabilitas mengindikasikan seberapa mampu perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukannya, seperti dari penjualan atau dari hasil investasi (Kasmir, S.E., 2019).

Pengukuran profitabilitas memiliki sejumlah tujuan dan keuntungan, baik untuk perusahaan ataupun untuk pihak eksternal, yakni:

1. Mengukur atau Menghitung Laba

Pengukuran laba dilakukan dengan membandingkan total pendapatan dengan total biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Laba merupakan komponen utama dalam melakukan penilaian keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat pengklasifikasian laba menjadi beberapa jenis, seperti laba kotor, laba operasi, laba sebelum pajak dan laba bersih.

2. Menilai posisi laba

Perusahaan dapat menggunakan laporan laba rugi untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan atau penurunan laba. Posisi laba menunjukkan bagaimana keuntungan perusahaan berubah dari waktu ke waktu. Hal ini dilakukan dengan membandingkan laba dari satu periode dengan periode sebelumnya.

3. Mengukur perkembangan laba

Perkembangan laba adalah analisis tren laba dari waktu ke waktu untuk memahami apakah kinerja keuangan perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan. Metode analisis ini digunakan untuk melihat pola keuntungan yang terjadi dalam beberapa periode.

4. Menilai efektivitas manajemen

Efektivitas manajemen dapat diukur melalui rasio profitabilitas seperti *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), yang menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam pengelolaan sumber dananya untuk menghasilkan laba. Jika nilai ROA tinggi, itu berarti perusahaan dapat menggunakan asetnya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan.

5. Mengukur Produktivitas Dana

Produktivitas dana menunjukkan bagaimana perusahaan memanfaatkan modal sendiri dan pinjaman untuk menghasilkan laba. Hal ini bisa dilihat melalui rasio *Return On Investment* (ROI), yang mengukur laba bersih dibandingkan total investasi.

Mengkaji profitabilitas tidak hanya mendukung perusahaan dalam menilai kinerja keuangan, tetapi juga berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis, seperti memperluas bisnis, meningkatkan efisiensi biaya, dan pengelolaan investasi. Penerapan rasio-rasio profitabilitas yang tepat dan akurat dapat membantu perusahaan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai situasi keuangan mereka.

Profitabilitas juga memiliki ukuran yang berdampak pada penghindaran pajak, menurut (Kasmir, S.E., 2019) terdapat berbagai rasio keuangan yang dipakai guna mengkaji profitabilitas perusahaan. Rasio-rasio tersebut turut memengaruhi pendekatan penghindaran pajak yang diambil oleh perusahaan, di antaranya :

a. *Return on Assets (ROA)*

ROA merupakan ukuran yang mengukur seberapa baik perusahaan mengoptimalkan asetnya guna membuahkan keuntungan bersih. Untuk menghitung *Return On Asset (ROA)*, digunakan perhitungan:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Setelah pajak} \times 100\%}{\text{Total Aset}}$$

Perusahaan dengan rasio ROA yang tinggi menghasilkan lebih banyak laba yang dikenakan pajak, yang memberikan dorongan lebih untuk menghindari pajak guna menjaga laba bersih. Selain itu, perusahaan bisa melakukan penghindaran pajak dengan menunda pencatatan pendapatan atau dengan meningkatkan pengeluaran operasional agar laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah.

b. *Return on Equity (ROE)*

ROE yaitu rasio yang menilai seberapa efektif perusahaan dalam menciptakan keuntungan bagi pemegang saham berdasarkan ekuitas (modal) yang dimiliki. Untuk menghitung *Return On Equity*, dilakukan langkah-langkah berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Perusahaan dengan ROE yang tinggi punya kewajiban kepada pemegang saham untuk menjaga keuntungan, sehingga mereka

terdorong untuk melakukan penghindaran pajak demi meningkatkan nilai untuk pemegang saham.

c. *Net Profit Margin* (NPM)

NPM digunakan dalam mengukur seberapa banyak laba bersih yang didapatkan perusahaan dibanding dengan jumlah pendapatan.

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Pendapatan}}$$

Perusahaan dengan NPM yang tinggi mengungkapkan kesanggupan dalam mengelola pendapatan dengan efektif guna menghasilkan untung. Namun, keuntungan besar juga berakibat pada kewajiban pajak lebih besar. Oleh sebab itu, perusahaan dapat berusaha untuk mendistribusikan beban pajak kepada entitas lain atau mengoptimalkan strategi perpajakan untuk meminimalkan jumlah pajak yang perlu dibayarkan.

Profitabilitas sebuah perusahaan memiliki dampak langsung pada upaya penghindaran pajak. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi (ROA, ROE, dan NPM tinggi) menjurus menghindari pembayaran pajak agar kewajiban pajak mereka berkurang dan meningkatkan laba bersih. Namun, perusahaan juga perlu memperhatikan potensi risiko hukum dan dampak pada reputasi yang bisa muncul akibat strategi penghindaran pajak yang terlalu agresif (Kasmir, S.E., 2019).

2.2. Penelitian Terdahulu

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang mengkaji variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Penelitian yang telah ada dipergunakan sebagai referensi serta sebagai bahan untuk perbandingan. Ada variasi yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya, baik dalam aspek variabel maupun hasil yang didapatkan. Di bawah ini merupakan tabel yang memuat beberapa penelitian sebelumnya yang telah diperoleh.

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
1.	Sri Retnoningsih (2024)	Dependensi : Penghindaran Pajak Independensi : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) 2. <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) 3. Manajemen Kompensasi, 4. Manajemen Laba	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan pada penghindaran pajak. 2. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif pada penghindaran pajak. 3. Manajemen Kompensasi berpengaruh positif pada penghindaran pajak. 4. Manajemen Laba berpengaruh positif pada penghindaran pajak.

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
2.	Ajeng Tita, Ashari Lintang (2022)	Dependen : Tax Avoidance Independen : 1. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , 2. <i>Profitability</i> .	1. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> berpengaruh negatif pada <i>Tax Avoidance</i> . 2. <i>Profitability</i> berpengaruh negatif pada <i>Tax Avoidance</i> .
3.	Budiharto dan Fuad (2022)	Dependen : Penghindaran Pajak Independen : 1. <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> . 2. Manajemen Laba	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. 2. <i>Manajemen Laba</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak.
4.	Kurniawan dan Triyono (2024)	Dependen : Penghindaran Pajak Independen : 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> , 2. <i>Leverage</i> , 3. Profitabilitas, 4. <i>Capital Intensity</i> 5. <i>Inventory Intensity</i> .	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
			2. <i>Leverage berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.</i> 3. <i>Profitabilitas berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.</i> 4. <i>Capital Intensity berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.</i> 5. <i>Inventory Intensity berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.</i>
5.	Dwi Ermayanti, Ina Nikamtul, Imam Hasan (2025)	Dependenden : Manajemen Laba Independen : 1. <i>Corporate Social Responsibility.</i> 2. Profitabilitas 3. Beban Pajak Tangguhan	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. 2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. 3. Beban Pajak Tangguhan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
6.	Renika Hasibuan et al., (2025)	Dependen : Penghindaran Pajak Independen : 1.CSR 2. ROA 3.Ukuran Perusahaan 4. <i>Leverage</i>	1. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. 2. ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. 4. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak
7.	Jannah dan Hunein (2024)	Dependen : <i>Tax Avoidance</i> Independen : 1. Karakteristik Perusahaan, 2. Manajemen Laba, 3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	1. Karakteristik Perusahaan berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i>. 2. Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>. 3. Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>.

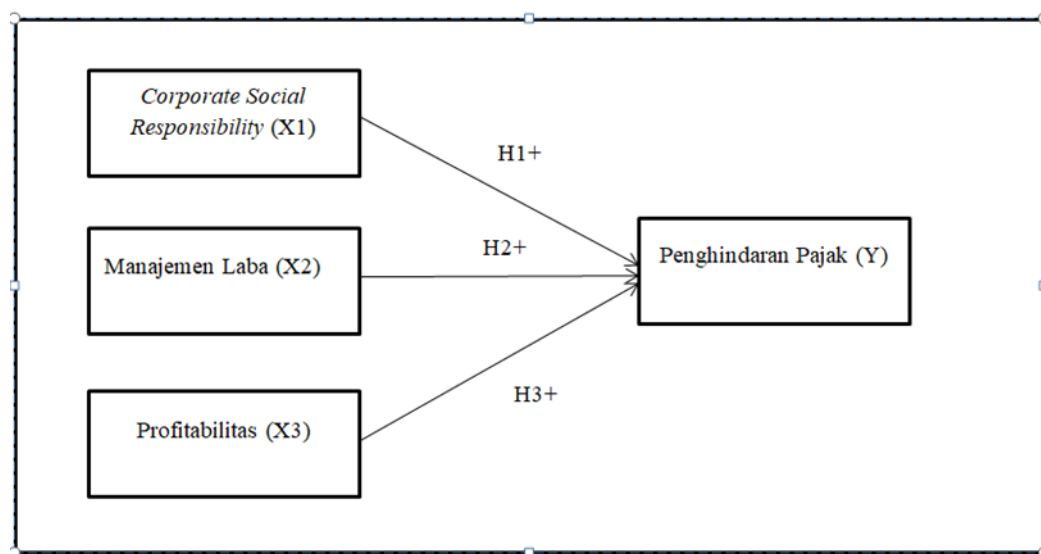
NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
8.	Hadiwibowo et al., (2023)	Dependenden : Penghindaran Pajak Independenden : 1. Profitabilitas 2. Manajemen Laba 3. Ukuran Perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. 2. Manajemen Laba tidak berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.
9.	Manuel David et al., (2022)	Dependenden : Penghindaran Pajak Independenden : 1. Manajemen Laba 2. Leverage 3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.	1. Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. 2. Leverage berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. 3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memperlemah pengaruh positif manajemen laba terhadap penghindaran pajak. 4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memperlemah pengaruh positif <i>leverage</i> terhadap penghindaran pajak.

NO	PENULIS	VARIABEL	HASIL
10.	Wati (2024)	Dependenden : Penghindaran Pajak Independen : 1. CSR 2. Leverage 3. Profitabilitas	1. CSR berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. 3. Profitabilitas berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ialah panduan untuk dipergunakan oleh peneliti saat melakukan penelitian. Kerangka pemikiran merupakan konsep yang menerangkan keterkaitan di antara variabel terikat dan bebas.

Peneliti memberikan penjelasan menyeluruh tentang hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga membantu saat memahami kerangka konseptual yang berasal dari penelitian ini. Kerangka konseptual penelitian ini menyoroti pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen laba, serta profitabilitas sebagai faktor yang berkontribusi mengenai penghindaran pajak di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis yakni suatu asumsi/solusi sementara yang ditujukan untuk masalah yang sedang diteliti. Dikatakan sementara karena solusi yang diajukan masih berlandaskan teori dan belum didukung oleh fakta-fakta yang ditemukan. Oleh sebab itu, perlu adanya verifikasi keabsahannya dengan memeriksa fakta-fakta terkait yang kebenarannya akan tampak setelah penelitian selesai. Hipotesis memiliki tujuan untuk mengeksplorasi tujuan penelitian, mengarahkan jalannya penelitian, dan menyediakan landasan untuk menguji pernyataan yang telah diajukan (Nurdin & Hartati, 2019).

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Penghindaran Pajak.

Dalam teori agensi, dinyatakan perusahaan senantiasa berusaha membuktikan publik jika aktivitas mereka sejalan dengan ketentuan dan nilai yang berlaku dalam komunitas, agar bisa diakui oleh masyarakat tersebut. Ini menunjukkan pula perusahaan berkontribusi terhadap pengembangan nasional lewat kewajiban bayar pajak. Setiap perusahaan berupaya untuk menciptakan citra yang baik dengan melaksanakan pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan agar dapat menarik perhatian masyarakat (Noorprasetya & Prasetya, 2023). Oleh karena itu, dijelaskan bahwa CSR dianggap sebagai elemen penting dalam mencapai kinerja perusahaan yang baik. Pelaksanaan CSR oleh perusahaan menjadi suatu keharusan, layaknya kewajiban pajak yang dikenakan kepada perusahaan.

Perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR cenderung akan melakukan penghindaran pajak, karena kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang diselenggarakan akan dianggap sebagai pengeluaran yang mengurangi keuntungan perusahaan. Bisa disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki kegiatan tanggung jawab sosial yang tidak transparan memiliki peluang lebih besar untuk menghindari pajak (pengurangan pajak melalui tindakan yang tidak memiliki dasar ekonomi yang kuat) (Sembiring, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian diusulkan:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024.

2.4.2 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Penghindaran Pajak.

Manajemen laba adalah taktik yang digunakan oleh pihak manajerial di perusahaan untuk secara sengaja dan terencana mengatur tingkat laba dengan menerapkan kebijakan akuntansi tertentu, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu metode yang digunakan dalam praktik ini ialah melalui pengurangan kewajiban biaya politik yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan (Octavia & Sari, 2022). Dorongan utama di balik praktik manajemen laba adalah keinginan perusahaan untuk menunjukkan tingkat keuntungan yang tinggi, salah satunya melalui strategi penghindaran pajak. Tindakan ini memberikan kesempatan bagi pihak

manajemen untuk mengejar kepentingan pribadi dengan memanfaatkan manajemen laba secara strategis (Hutapea, 2020). Penelitian yang dilaksanakan (Santosa, 2022) menyatakan terdapat keterkaitan di antara manajemen laba dan penghindaran pajak. Upaya manajemen untuk menekan kewajiban pajak dilakukan melalui manipulasi laba, meskipun cara ini sering kali tidak sesuai dengan harapan pemegang saham karena tidak mencerminkan keadaan keuangan perusahaan secara jujur dan transparan.

Fenomena ini juga dapat dianalisis dengan pendekatan teori agensi, yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya untuk menyamakan tindakannya dengan nilai-nilai serta harapan masyarakat agar mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari publik. Dalam konteks ini, meskipun secara internal manajemen menjalankan kebijakan pengelolaan laba dan penghindaran pajak untuk kepentingan organisasi atau individu tertentu, mereka tetap menunjukkan citra yang seolah-olah mematuhi norma hukum dan etika dalam bisnis (Ayem et al., 2024). Dengan demikian, manipulasi laba dapat dilihat sebagai salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan citra sosial di tengah tekanan regulasi dan ekspektasi masyarakat, serta untuk menghindari kritik dari stakeholder eksternal seperti pemerintah, investor, dan masyarakat umum. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dapat dinyatakan seperti ini:

H2 : Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024.

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak

Profitabilitas merupakan salah satu indikator seberapa efektif manajemen dalam menggunakan sumber daya perusahaan, yang terlihat dari jumlah keuntungan yang dihasilkan. Umumnya, keuntungan bersih digunakan untuk memberikan keuntungan bagi pemegang saham, baik melalui pembagian dividen maupun peningkatan saldo laba ditahan. Jika perusahaan menunjukkan taraf profitabilitas yang tinggi, hal ini menandakan bahwa pengelolaan operasi perusahaan oleh manajemen berjalan dengan sukses. Peningkatan laba akan secara otomatis menghasilkan peningkatan profitabilitas, tetapi di sisi lain juga akan meningkatkan beban pajak yang harus ditanggung. Dalam situasi seperti ini, perusahaan mungkin terpaksa mencari cara hukum guna menghindari pajak agar dapat menyusutkan kewajiban pajak yang muncul (Puspitasari et al., 2021). Menurut (Hadiwibowo et al., 2024) profitabilitas dianalisis melalui rasio Return on Assets (ROA) menunjukkan hubungan signifikan dengan aktivitas menghindari pajak.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keuntungan, semakin banyak peluang bagi manajemen untuk mengatur kebijakan pajak mereka dengan cara yang lebih proaktif. Ini dapat dianalisis

melalui teori agensi, di mana perusahaan berupaya untuk mempertahankan dukungan dari masyarakat dan pemangku kepentingan dengan menunjukkan kepatuhan terhadap peraturan yang ada, termasuk regulasi pajak. Dalam kenyataannya, meskipun ada strategi internal untuk pengurangan beban pajak lewat penghindaran pajak, perusahaan tetap menjaga citra kepatuhan demi mempertahankan sosial. Penghindaran pajak oleh perusahaan yang menghasilkan keuntungan besar dapat dilihat sebagai reaksi terhadap tekanan dari lingkungan eksternal serta harapan masyarakat yang semakin meningkat. Oleh karena itu, strategi penghindaran pajak bukan hanya sebuah bentuk efisiensi dalam beban fiskal, tetapi juga cara untuk menjaga citra perusahaan agar tetap dianggap sah dan bertanggung jawab di mata publik (Kinasih et al., 2021). Mengacu pada penjelasan di atas, hipotesis untuk penelitian ini disusun sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024.