

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki target untuk memenuhi tujuan yang ditentukan setiap tahunnya. Tujuan tersebut berorientasi pada perolehan laba yang maksimal dan peningkatan profitabilitas perusahaan. Dalam jangka panjang perusahaan akan menargetkan adanya kenaikan nilai perusahaan. Wijayanto (2019) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang akan dibayar pembeli potensial untuk membeli perusahaan dan dipengaruhi oleh kinerja keuangan suatu perusahaan, kebijakan serta *Corporate Governance*. Berdasarkan kinerja keuangan, nilai perusahaan dapat diamati melalui harga saham perusahaan di pasar modal (Wijaya & Sedana, 2015). Tingkat harga saham mampu menunjukkan bagaimana nilai perusahaan. Perusahaan yang sukses akan memiliki harga saham yang tinggi (Wulandari & Mulyadi, 2017). Keputusan investasi yang dilakukan pemegang saham dipertimbangkan dari kinerja perusahaan baik secara finansial maupun fundamental.

Terdapat beberapa literatur yang membahas tentang nilai perusahaan. Alfredo (2011) menjelaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti struktur modal, pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, keputusan pendanaan dan ukuran perusahaan. Selain itu penelitian terdahulu menyatakan bahwa

keputusan manajemen terkait investasi, pendanaan dan dividen berpengaruh pada nilai perusahaan (Weston, 1954; Hunt, 1965; Sihler, 1971; Donaldson, 1978). Klein & Belt (1993) melakukan studi untuk mengamati pertumbuhan perusahaan. Hasilnya, perusahaan-perusahaan yang mengalami pertumbuhan tingkat berkelanjutan menerbitkan ekuitas, mengurangi rasio pembayaran dividen atau meningkatkan posisi utang perusahaan serta meningkatkan kinerja operasional perusahaan untuk mencapai targetnya. Lebih lanjut, nilai perusahaan dapat diidentifikasi melalui kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan kinerja keuangan, investor akan melakukan telaah dengan mengidentifikasi potensi pertumbuhan perusahaan, penilaian terhadap kegiatan operasional perusahaan dan mempertimbangkan rasio profitabilitas yang menginterpretasikan peningkatan laba perusahaan (Abshor, 2017). Selain itu, Minh Ha et al. (2021) menjelaskan bahwa selain dipengaruhi oleh penghindaran pajak, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kepemilikan asing, investasi, ROA, *leverage*, tingkat pertumbuhan, ukuran perusahaan, indeks penjualan, umur perusahaan, kepemilikan negara dan total akrual.

Adanya target penciptaan nilai mendorong upaya perolehan laba dan peningkatan profitabilitas perusahaan yang maksimal. Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah dengan menekan beban pajak perusahaan untuk memaksimalkan laba. Berdasarkan sudut pandang kinerja keuangan, pajak akan mengurangi laba perusahaan sehingga akan mempengaruhi profitabilitas yang akan mempengaruhi besarnya

keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham (Tanko, 2023). Dalam PSAK No 46, pajak penghasilan diakui sebagai beban yang diperhitungkan untuk menentukan laba-rugi. Dengan adanya kewajiban untuk melaporkan pajak, manajemen perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk meminimalkan beban pajak. Penghindaran pajak, sebagai perencanaan pajak merupakan metode hukum untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan namun tetap berada dalam batasan hukum. *American Institute of Certified Public Accountants* (2015) menjelaskan 2 tujuan utama pelaksanaan perencanaan pajak yaitu untuk meminimalkan kewajiban pajak penghasilan secara keseluruhan dan memenuhi biaya pajak minimum perencanaan keuangan. Meskipun demikian, penentuan metode penghindaran pajak harus dipertimbangkan melalui adanya perencanaan pajak yang memadai.

Kesalahan dalam menentukan metode penghindaran pajak akan menimbulkan in-efektivitas biaya seperti timbulnya biaya agen (Desai dan Dharmapala, 2006), biaya reputasi (Nafti et al., 2020) dan biaya politik (Chen et al., 2010; Lanis dan Richardson, 2011; Amstrong et al., 2015). Selain itu, pengungkapan upaya penggelapan pajak perusahaan oleh peradilan atau perpajakan akan mempengaruhi reputasi perusahaan dan manajernya. Meskipun penghindaran pajak dapat menciptakan kerugian reputasi, perusahaan dapat memanfaatkan strategi ini untuk menaikkan nilai perusahaan. Dalam konteks teori agensi, jika ada perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal maka agen akan melakukan berbagai cara untuk

menaikkan nilai perusahaan agar terlihat baik dimata prinsipal, salah satunya dengan penghindaran pajak. Dengan memanfaatkan penghindaran pajak, agen mampu meningkatkan nilai perusahaan untuk mendapatkan investasi. Di sisi lain, konflik antara prinsipal dengan agen timbul saat prinsipal tidak menyetujui praktik penghindaran pajak karena upaya tersebut dapat menimbulkan asimetri informasi (Enggar & Imam, 2017). Dengan demikian, Berdasarkan aspek etika, pemanfaatan celah dalam undang-undang perpajakan untuk meminimalkan insiden pajak merupakan perilaku yang dianggap tidak etis (Tanko et al., 2022).

Beberapa studi menunjukkan bahwa praktik penghindaran pajak akan menurunkan nilai perusahaan karena upaya tersebut melanggar etika bisnis. Hal ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa penghindaran pajak memiliki potensi kesalahan alokasi dana, risiko reputasi dan efeknya terhadap budaya perusahaan (Fisher, 2014). Selain itu, nilai perusahaan dipengaruhi oleh reputasi perusahaan yang timbul akibat praktik penghindaran pajak. Pencapaian reputasi yang baik diukur dari pelaksanaann etika bisnis suatu perusahaan (Cragg, 2002; Trevino, Hartman dan Brown, 2012). Sedangkan Graham et al., (2014) menganggap bahwa penghindaran pajak masih dikategorikan sebagai etika yang buruk karena dalam praktiknya, penghindaran pajak mengurangi pajak secara eksplisit (Dyreng et al., 2008; Hanlon & Heitzman, 2010). Stigma buruk dalam penghindaran pajak timbul karena pemangku kepentingan tidak mengetahui sumber penghindaran pajak (Tanimura & Okamoto, 2013; Akhtar et al.,

2019). Selain itu, masyarakat menilai penghindaran pajak merupakan upaya yang tidak etis karena mengurangi penerimaan pajak yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraannya (Mehrotra, 2014). Hasil dari Hanlon & Slemrod (2009) dan Dhaliwal et al., (2021) menunjukkan bahwa biaya reputasi terkait pajak berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Studi untuk membuktikan pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Literatur terdahulu mendokumentasi bahwa upaya penghindaran pajak akan menurunkan pembayaran pajak yang kemudian akan meningkatkan pendapatan dan kemudian menciptakan nilai bagi pemegang saham (Wahab & Holland, 2012). Masyarakat sebagai pemangku kepentingan menganggap bahwa praktik penghindaran pajak merupakan tindakan positif (Drake et al., 2019). Dalam studinya, stigma positif timbul karena penghindaran pajak akan mengurangi beban pajak perusahaan, dengan demikian profitabilitas perusahaan akan meningkat yang menyebabkan pemangku kepentingan, terutama pemegang saham, akan memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Studi di Tunisia menunjukkan bahwa penghindaran pajak berpengaruh positif terhadap nilai akuntansi dan keuangan perusahaan (Guedrib, 2023). Pada penelitian serupa, penghindaran pajak berhubungan positif dengan nilai perusahaan karena perusahaan memperoleh manfaat dari penghindaran pajak (Simone dan Stomberg, 2012; Chen et al., 2014; Pratama, 2018). Studi di Indonesia, Nugraha dan Setiawan (2019), menyatakan bahwa penghindaran pajak memberi pengaruh pada nilai

perusahaan karena dengan melakukan praktik tersebut, minat investor untuk berinvestasi akan meningkat dan memberikan *return* yang besar, hasil literatur ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Wulandari dan Soetardjo (2022). Tang (2019) melakukan penelitian tentang perspektif investor terhadap penghindaran pajak dalam 46 negara. Hasilnya, pandangan investor terhadap perilaku penghindaran pajak berbeda antar negara. Nafti et al., (2020) menyatakan bahwa penghindaran pajak dan nilai perusahaan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Hasil studi ini didukung oleh penelitian terdahulu, Tarihoran (2016); Inanda dkk. (2018). Selain itu, menurut Akbari & Bagherpour (2019), penghindaran pajak tidak terkait secara signifikan dengan nilai perusahaan.

Di sisi lain, studi-studi yang dilakukan tidak mempertimbangkan fakta bahwa perusahaan mempunyai peluang untuk menghindari pajak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial, sehingga penghindaran pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Brooks et al., (2003), menyarankan bahwa pemangku kepentingan dapat bereaksi positif terhadap penghindaran pajak sebagai komitmen oleh manajemen sebagai bentuk perlindungan sumber daya mereka tanpa mengorbankan kebutuhan pemangku kepentingan. Melindungi sumber daya tanpa mengorbankan kebutuhan pemangku kepentingan disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan persepsi CSR, penyesuaian diri dengan tuntutan etika sosial dari masyarakat menjadi kewajiban perusahaan (Bird dan Davis, 2016). Sikka (2010), membuat perbandingan kontradiksi

mengenai tanggung jawab sosial sebagai perilaku etis dengan penghindaran pajak sebagai perilaku non etis. Menurutnya, permasalahan timbul akibat dari kurangnya keterbukaan informasi mengenai perpajakan dalam pelaporan keuangan perusahaan yang pada akhirnya menimbulkan ketidakadilan. Selain itu, keahlian dan ketersediaan opsi manajemen pajak hanya tersedia untuk individu kaya dan perusahaan multinasional (Russell & Brock, 2016). Adanya stigma positif dan negatif merupakan konsekuensi dari penghindaran pajak. Bird & Davis (2016), menyatakan bahwa konsekuensi pelaksanaan praktik penghindaran pajak mempengaruhi aspek lingkungan, sosial dan ekonomi masyarakat yang menimbulkan tanggung jawab jangka panjang. Dalam studi yang dilakukan oleh Dowling (2014), CSR dan penghindaran pajak merupakan dua hal yang tidak bisa berjalan seimbang dalam konteks sosial, bahkan interpretasi politik menggambarkan bahwa penghindaran pajak merupakan praktik anti-demokrasi. Preuss (2010) melakukan analisis perbedaan antara CSR dengan penghindaran pajak melalui perbandingan perusahaan AS dengan perusahaan yang terlibat dalam kegiatan di pusat keuangan lepas pantai. Menurutnya, gerakan surga pajak merupakan tindakan yang melarikan diri dari tekanan hukum, peraturan dan sosial sedangkan perusahaan lepas pantai mengklaim bahwa mereka bertindak sesuai dengan prinsip CSR meskipun tidak berkontribusi kepada masyarakat dengan cara ekonomi. Kesimpulannya, pelaporan CSR digunakan sebagai tolak ukur klaim legitimasi suatu organisasi. Terdapat penelitian yang mendukung bahwa CSR berhubungan negatif dengan tarif

pajak efektif, tetapi berhubungan positif dengan biaya lobi pajak (Davis et al., 2016). Dalam penelitiannya, Davis (2016) menyarankan bahwa CSR dan pajak bertindak sebagai pengganti daripada pelengkap. Di Indonesia, studi untuk menguji pengaruh CSR terhadap penghindaran pajak menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara keduanya (Yosia, 2018).

Muller & Kolk (2015) menemukan bahwa semakin tinggi karakteristik CSR, semakin tinggi pula pajak yang dibayarkan suatu perusahaan. Hal ini didukung dengan hasil studi yang dilakukan oleh Laguir et al. (2015) bahwa CSR dan tarif pajak berhubungan positif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Liana dan Agustinus (2017) yang menyatakan bahwa CSR aspek sosial dan ekonomi berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Studi terbaru dilakukan untuk menguji sifat hubungan antara penghindaran pajak, nilai perusahaan dan CSR. Hasilnya, penghindaran pajak tidak menciptakan nilai bagi perusahaan-perusahaan di Eropa (Dirk dan Johannes, 2017). Temuan lain yaitu *Earning Tax Ratio* (ETR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga tidak dapat disimpulkan bahwa penghindaran pajak mendorong penciptaan nilai (Dirk dan Johannes, 2017). Selain itu, regresi menunjukkan bahwa perusahaan dengan CSR membayar pajak lebih tinggi. Dalam penelitiannya, Dirk dan Johannes (2017) menyarankan adanya studi lebih lanjut di negara lain untuk membuktikan adanya hasil studi yang mungkin berbeda. Penelitian terbaru menemukan adanya efek limpahan bahwa investor menilai secara positif

sumber-sumber penghindaran pajak jika perusahaan mengurangi pajak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial. Dalam penelitiannya, Inger & Stekelberg (2022) menemukan bukti adanya efek limpahan (*spillover effect*) yang mana investor menilai secara positif sumber-sumber penghindaran pajak lainnya (selain klaim kredit pajak produksi listrik terbarukan) sejauh perusahaan juga mengurangi pajaknya dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial. Oleh karena itu, topik ini menarik untuk diteliti karena penelitian ini dilakukan dengan menambahkan CSR sebagai variabel mediasi dalam menyelidiki pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan. Studi menggunakan data set dari perusahaan tambang dan material dasar yang terdaftar di BEI karena sektor tersebut memiliki skor pelaporan CSR tertinggi tahun 2023 (KCSI, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Studi literatur terdahulu dilakukan untuk menganalisis pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian ini dilakukan dengan menambah CSR sebagai variabel mediasi. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah penghindaran pajak berpengaruh terhadap penciptaan nilai perusahaan?
2. Apakah penghindaran pajak berpengaruh terhadap CSR?
3. Apakah CSR memediasi pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh penghindaran pajak dengan nilai perusahaan dan mengklarifikasi mediasi CSR untuk perusahaan tambang dan material dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Lebih khusus, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menguji pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji efek mediasi CSR pada pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kontribusi sebagai berikut :

1. Memperluas kajian ilmiah di bidang akuntansi serta perpajakan, terutama pada aspek penghindaran pajak, CSR dan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.
2. Memberi referensi bagi pihak berwenang dalam mengambil keputusan yang mempengaruhi perusahaan berkaitan dengan penghindaran pajak dan CSR.
3. Memberi informasi bagi pembuat kebijakan untuk mempertimbangkan kembali strategi penghindaran pajak untuk mencegah pelaporan pajak yang melanggar hukum.
4. Memberi bukti pendukung kepada manajer untuk melakukan CSR yang dapat meningkatkan reputasi dan keuntungan finansial.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan pendahuluan yang memuat latar belakang permasalahan yang akan diteliti, rumusan masalah yang meliputi pertanyaan yang menjadi fokus penelitian, tujuan atas pelaksanaan penelitian, serta penjabaran sistematika penelitian.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka berisi penjabaran atas teori yang digunakan untuk mendasari penelitian yang dilakukan, keterkaitan dengan studi literatur terdahulu, serta kerangka berpikir dan hipotesis untuk melakukan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III memuat langkah-langkah pengambilan data dari variabel yang diteliti beserta jumlah sampel dan populasi, instrumen yang digunakan, serta metode analisis data yang diperoleh.

BAB IV PEMBAHASAN

Bagian pembahasan memuat penjelasan deskriptif atas penelitian yang telah dilakukan, penjelasan terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah, interpretasi dan argumen atas hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang memuat kesimpulan dan kekurangan penelitian serta saran untuk studi literatur berikutnya.