

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori agensi merupakan konsep fundamental yang menjelaskan hubungan kontraktual antara pihak pemberi wewenang (prinsipal) dan pihak penerima wewenang (agen). Dalam konteks korporasi, hubungan tersebut merepresentasikan interaksi formal antara pemegang saham selaku prinsipal dan pihak manajemen selaku agen. Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan agensi sebagai sebuah kontrak yang melibatkan satu atau beberapa orang prinsipal dalam menunjuk pihak lain sebagai agen. Melalui kesepakatan kontraktual tersebut, agen ditugaskan untuk melaksanakan suatu layanan demi kepentingan terbaik prinsipal. Hubungan kerja sama ini secara inheren melibatkan pendelegasian sebagian wewenang dalam proses pengambilan keputusan strategis perusahaan.

Dalam hubungan tersebut, diasumsikan bahwa baik prinsipal maupun agen merupakan individu rasional yang berupaya memaksimalkan kepentingannya masing-masing. Hal ini menimbulkan potensi konflik kepentingan, karena agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Untuk mengurangi konflik tersebut, principal dapat melakukan pengawasan, sementara agen dapat memberikan jaminan atas tindakannya. Namun demikian, upaya ini menimbulkan biaya yang dikenal sebagai *agency cost*, yang terdiri dari biaya pengawasan, biaya jaminan, dan *residual loss* akibat perbedaan keputusan antara agen dan principal (Jensen & Meckling, 1976).

Teori agensi menjadi landasan untuk memahami perilaku manajemen dalam pengambilan keputusan terkait pajak. Praktik *tax avoidance* dapat dipandang sebagai tindakan *agent* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan sekaligus kepentingan pribadi, yang berpotensi tidak sejalan dengan kepentingan principal maupun pemerintah sebagai pemungut pajak.

Sementara itu, pengungkapan *Social CSR Disclosure* dapat digunakan sebagai sarana untuk memperoleh legitimasi publik dan meredam persepsi negatif akibat praktik penghindaran pajak. Selain itu, tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan insentif manajemen untuk melakukan efisiensi pajak.

2.1.2 *Tax avoidance*

Tax avoidance atau penghindaran pajak merupakan strategi manajerial yang diimplementasikan oleh entitas bisnis untuk meminimalkan beban fiskal. Praktik tersebut dilakukan secara sistematis dengan mengeksploitasi celah regulasi (*loopholes*) dalam ketentuan perpajakan yang berlaku. Cakupan tindakan ini berada pada spektrum aktivitas legal hingga pemanfaatan wilayah abu-abu (*grey area*) akibat ambiguitas interpretasi hukum. Walaupun secara teknis tidak melanggar hukum positif, fenomena ini berimplikasi langsung pada penurunan realisasi penerimaan negara. Melalui pendekatan tersebut, korporasi mengelola kewajiban perpajakannya secara strategis demi mengoptimalkan efisiensi kinerja keuangan (Lanis & Richardson, 2012).

Secara legal, *tax avoidance* atau penghindaran pajak diartikan sebagai upaya menekan kewajiban pembayaran pajak secara sah. Praktiknya memanfaatkan celah-celah regulasi yang ada dalam sistem perpajakan dengan tetap mematuhi aturan hukum., meskipun sering kali melibatkan taktik yang dianggap kurang etis atau manipulatif. Meski *tax avoidance* legal menurut peraturan, tindakan ini sering kali menjadi sasaran kritik karena dinilai memberi keuntungan yang tidak seimbang bagi individu atau perusahaan besar yang memiliki sumber daya finansial tinggi. Banyak orang berpendapat bahwa pendekatan ini dapat merugikan negara dan masyarakat secara keseluruhan, karena dapat menyebabkan penurunan pendapatan pajak yang seharusnya digunakan untuk kepentingan umum. Oleh karena itu, meskipun tidak melanggar hukum, penghindaran pajak sering kali dianggap secara negatif karena dianggap memperburuk ketidakadilan dalam sistem perpajakan (Aditya & Suparyati, 2025).

Tax avoidance didefinisikan sebagai skema transaksi yang dirancang untuk meminimalkan beban fiskal dengan mengeksploitasi celah regulasi (*loopholes*) dalam ketentuan perpajakan suatu negara. Karakteristik skema tersebut dinilai sah secara hukum karena beroperasi memanfaatkan kelemahan formal peraturan tanpa melanggar hukum positif yang berlaku. Dalam berbagai yurisdiksi, praktik penghindaran pajak ini diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama. Kategori pertama merupakan penghindaran pajak yang legal atau diperbolehkan, yang mencakup istilah *acceptable tax avoidance*, *tax planning*, maupun *tax mitigation*. Sementara itu, kategori kedua adalah penghindaran pajak yang tidak diperbolehkan (*unacceptable tax avoidance*) karena dinilai telah menyalahi esensi dari hukum perpajakan itu sendiri (Indrayagus Slamet, 2007).

Dalam perspektif tanggung jawab sosial, *tax avoidance* sering dipandang sebagai perilaku yang tidak sejalan dengan prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang terlalu agresif dalam menghindari pajak dianggap tidak membayar bagian kepada negara, sehingga dapat merusak reputasi dan menurunkan legitimasi di mata publik. Selain itu, praktik ini dapat menimbulkan risiko berupa sanksi, tekanan regulator, serta penurunan kepercayaan stakeholder. Oleh karena itu, *tax avoidance* tidak hanya dipandang sebagai strategi keuangan, tetapi sebagai isu etika dan sosial yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara luas. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan perusahaan dalam melakukan *tax avoidance* tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi oleh nilai sosial dan etika yang dianut Perusahaan (Lanis & Richardson, 2012).

2.1.3 *Social Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merepresentasikan manifestasi tanggung jawab entitas bisnis terhadap lingkungan eksternal tanpa mengabaikan pencapaian kinerja ekonomi internal korporasi. Implementasi praktik ini bertujuan untuk memastikan berjalannya tata kelola bisnis yang berorientasi pada pemenuhan kewajiban terhadap para

pemangku kepentingan (*stakeholders*). Elemen pemangku kepentingan tersebut mencakup investor, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, serta lingkungan ekologis yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional (Permatasari & Winata, 2022). Melalui perspektif makro, CSR dipahami sebagai komitmen strategis perusahaan untuk mendukung akselerasi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Orientasi jangka panjang ini diwujudkan dengan menyelaraskan target profitabilitas bersamaan dengan pengelolaan dampak sosial serta mitigasi risiko yang ditimbulkan oleh aktivitas korporasi (Carroll, 2021).

Perkembangan tuntutan masyarakat terhadap tanggung jawab perusahaan mendorong munculnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah komitmen yang diharuskan bagi suatu entitas bisnis, di mana untuk mempertahankan keberadaan dan mengembangkan bisnisnya, perusahaan harus mempertahankan tiga hal mendasar yang perlu diutamakan, yaitu perusahaan itu sendiri, aspek sosial, dan lingkungan yang menjadi pendukung utama (Made Aryawan et al., 2017). Menurut *Global Reporting Initiative, Social* CSR diatur dalam GRI 400, yang meliputi indikator seperti ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan dan pendidikan, keberagaman dan kesetaraan, hak asasi manusia, serta keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, *Social CSR Disclosure* menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara transparan dan terstruktur.

Perkembangan ekspektasi publik terhadap akuntabilitas korporasi secara konsisten mendorong akselerasi implementasi konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Praktik ini merepresentasikan komitmen fundamental bagi entitas bisnis dalam mempertahankan eksistensi sekaligus memproyeksikan pertumbuhan jangka panjang. Guna mencapai keberlanjutan tersebut, perusahaan berkewajiban menyelaraskan tiga pilar utama yang meliputi aspek ekonomi, dimensi sosial, dan kelestarian lingkungan (Aryawan et al., 2017). Berdasarkan standar *Global Reporting Initiative*, pengungkapan *Social* CSR diatur secara spesifik dalam kategori

GRI 400 yang mencakup indikator ketenagakerjaan, hak asasi manusia, hingga keterlibatan masyarakat lokal. Dengan demikian, *social CSR disclosure* berfungsi sebagai instrumen krusial dalam menilai tingkat transparansi serta efektivitas pelaksanaan tanggung jawab sosial korporasi secara terstruktur.

Pemilihan *Social CSR Disclosure* sebagai variabel penelitian didasarkan pada tingginya intensitas interaksi antara perusahaan dan masyarakat sebagai bagian dari stakeholder perusahaan. Dalam perspektif teori agensi, perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba, tetapi memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan *Social CSR* dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada masyarakat, karyawan, konsumen, dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap aktivitas perusahaan. Selain itu, pengungkapan *Social CSR* digunakan perusahaan untuk menjaga reputasi, meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, serta mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengungkapan *Social CSR* berkaitan dengan perilaku perusahaan dalam melakukan pengelolaan kewajiban perpajakan melalui praktik *tax avoidance*.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator keuangan yang mencerminkan tingkat efektivitas suatu entitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan. Kemampuan dalam menghasilkan laba tersebut diukur secara spesifik melalui pemanfaatan aset, struktur ekuitas, serta volume penjualan yang dikelola perusahaan. Analisis terhadap variabel ini ditujukan untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada periode operasional tertentu. Selain itu, pengukuran profitabilitas berfungsi memberikan gambaran komprehensif mengenai tingkat efisiensi manajerial dalam mengeksekusi aktivitas bisnisnya (Carmenita & Tri, 2025). Penilaian

kinerja ini menjadi fundamental karena efisiensi pengelolaan laba memiliki keterkaitan erat dengan pengambilan keputusan strategis korporasi.

Keberhasilan atau kegagalan manajemen diukur dengan melihat kinerja keuntungan yang berkorelasi dengan aset perusahaan, yang bertujuan untuk mencapai laba. Semakin optimal rasio profitabilitas yang tercapai, semakin baik pula kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam konteks analisis laporan keuangan, *Return on Assets (ROA)* bertindak sebagai proksi utama untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan aset tersebut. Proksi ini merepresentasikan kapasitas setiap unit aset yang diinvestasikan dalam menghasilkan perolehan laba bersih setelah pajak. Oleh karena itu, fluktuasi nilai profitabilitas yang tercipta sangat bergantung pada instrumen dan metode pengukuran akuntansi yang diterapkan oleh entitas (Lidiawati, 2023).

Pemegang saham memegang peranan krusial sebagai pemilik modal utama yang menentukan keberlanjutan struktur pendanaan korporasi. Orientasi utama para investor ini berpusat pada proporsi pembagian keuntungan serta efektivitas alokasi modal yang diproyeksikan untuk menghasilkan dividen. Selain fokus pada imbal hasil tersebut, pemilik modal menitikberatkan perhatian pada aspek likuiditas, termasuk fleksibilitas untuk melakukan divestasi atau menjual kembali saham mereka di pasar publik. Konsekuensinya, salah satu perhatian fundamental investor adalah menganalisis hubungan antara tingkat laba yang dihasilkan perusahaan dengan nilai investasi yang akan dialokasikan (Permatasari & Winata, 2022). Evaluasi terhadap relasi finansial ini menjadi dasar bagi pemegang saham dalam menilai efisiensi pengelolaan dana serta prospek pertumbuhan masa depan entitas bisnis tersebut (Permatasari & Winata, 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Kajian empiris yang berhubungan dengan studi pengaruh *Social CSR Disclosure* dan Profitabilitas terhadap *Tax avoidance* pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Judul	Variabel	Subjek Penelitian	Temuan	Research GAP
<i>Does corporate Social Responsibility moderate the effect of earnings performance and institutional ownership on corporate tax avoidance</i> Suripto et al. (2024)	- Variabel Independen : <i>Earnings Performance</i> dan <i>Institutional Ownership</i> - Variabel Moderasi: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> - Variabel Dependen: <i>Corporate Tax avoidance</i> (diukur menggunakan ETR)	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018–2022 dengan total 165 observasi. Sampel dipilih menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	CSR memoderasi secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peran CSR dalam konteks perpajakan bersifat kompleks dan tidak selalu menurunkan praktik penghindaran pajak secara langsung.	- Penelitian ini memposisikan CSR sebagai variabel moderasi, bukan sebagai variabel independen yang secara langsung. - Penelitian ini belum menguji pengaruh CSR secara langsung terhadap beban pajak dan ETR serta tidak memfokuskan pada <i>Social CSR</i> .
Analisis Hubungan antara		Kualitatif, Literature	Hubungan CSR dan <i>tax avoidance</i>	- Minim penelitian yang memfokuskan

<p><i>Corporate Social Responsibility (CSR), Tax avoidance, dan Tax Aggressiveness: Sebuah Literatur Review</i></p> <p>Kristanti & Indrawati (2025)</p>		<p>review sistematis</p>	<p>inkonsisten, tergantung: sektor industry, proksi pajak, jenis CSR yang diukur</p>	<p>an <i>Social CSR</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya riset sektor dengan pengawasan publik tinggi seperti telekomunikasi
<p><i>Corporate Social Responsibility Disclosure dan Profitability Terhadap Tax avoidance di Jakarta Islamic Index (JII)</i></p> <p>Lulu Andriani & Verani</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen: <i>CSR Disclosure</i> - Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i> 	<p>Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI dengan metode kuantitatif dengan regresi data panel</p>	<p>CSR berpengaruh positif terhadap Cash ETR, artinya semakin tinggi CSR, semakin besar pajak kas yang dibayar perusahaan, sehingga <i>tax avoidance</i> menurun.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i> - Tidak membahas sektor telekomunikasi - Tidak memasukkan profitabilitas sebagai faktor internal perusahaan

Carolina (2023)				
<i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Tax avoidance</i> di Indonesia Ajeng Tita Nawangsari et al. (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen: CSR, Profitabilitas - Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i> 	Perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index (JII) dengan metode kuantitatif, regresi linear berganda	CSR dan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> , namun hasilnya tidak selalu konsisten antar perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek terbatas pada JII, bukan sektor telekomunikasi - CSR bersifat umum - Tidak menyoroti tekanan sosial dan legitimasi publik
<i>Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) : Pengaruh Terhadap Tax avoidance</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen: CSR, GCG - Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i> 	Perusahaan peraih CGPI di Indonesia dengan metode kuantitatif dengan Partial Least Square	CSR berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i> , artinya perusahaan yang lebih bertanggung jawab secara sosial cenderung lebih patuh pajak.	<ul style="list-style-type: none"> - Fokus pada perusahaan CGPI, bukan sektor industri tertentu - CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i> - Tidak menguji profitabilitas sebagai variabel penjelas

Setu Setyawan (2021)				
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Tax avoidance</i> Fandi Achmad Hidayat et al. (2023)	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen: CSR - Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i> 	Perusahaan yang terdaftar di BEI (Berbagai sektor), menggunakan data sekunder dan regresi linier berganda atau metode statistik sejenis.	CSR yang diukur dengan indeks CSR menunjukkan pengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i> . Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan kepedulian sosial yang semakin tinggi cenderung menunjukkan upaya penghindaran pajak yang tinggi pula.	<ul style="list-style-type: none"> - CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i> - Tidak membahas sektor telekomunikasi
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen: CSR, Kompensasi Rugi Fiskal 	Perusahaan jasa sub sektor Property	CSR dan Kompensasi Rugi Fiskal secara	<ul style="list-style-type: none"> - CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i>

<p>y Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap <i>Tax avoidance</i></p> <p>Yulia Rahayu & Ferdiansyah (2024)</p>	<p>- Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i></p>	<p>dan Real Estate di BEI secara lengkap dari periode penelitian 2016-2021. Analisis regresi berganda.</p>	<p>simultan berpengaruh terhadap <i>Tax avoidance</i>. CSR secara parsial tidak berpengaruh terhadap <i>Tax avoidance</i>.</p>	<p>- Tidak membahas sektor telekomunikasi</p>
<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Faktor Lainnya Terhadap Penghindaran Pajak</p> <p>Lisett & Julisar (2022),</p>	<p>- Variabel Independen: CSR, Faktor Lainnya</p> <p>- Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i></p>	<p>Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020.</p>	<p>CSR berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Semakin tinggi sebuah perusahaan dalam mengungkapkan CSR, maka semakin rendah tindakan penghindaran pajak yang dilakukan</p>	<p>- CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i></p> <p>- Tidak membahas sektor telekomunikasi</p>

			oleh perusahaan.	
<p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Tax avoidance</i> Perusahaan Property dan Real Estate</p> <p>Sakti Hermawan et al. (2021)</p>	<p>- Variabel Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan</p> <p>- Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i></p>	<p>Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di BEI selama 3 tahun berturut turut periode 2017-2019.</p>	<p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap <i>tax avoidance</i>. Hal ini menunjukkan semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar melakukan <i>tax avoidance</i>. Profitabilitas, <i>leverage</i>, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>tax avoidance</i>.</p>	<p>- CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i></p> <p>- Tidak membahas sektor telekomunikasi</p>

<p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Pemoderasi <i>Intellectual Capital</i></p> <p>Daninta Lianka Putri Sasmita & Kurnia (2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> - Variabel Dependen: Agresivitas Pajak - Variabel Moderasi: <i>Intellectual Capital</i> 	<p>Data dokumenter yang digunakan dalam penelitian ini berupa annual report perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> yang diungkapkan dalam laporan, belum tentu sesuai dengan kondisi sebenarnya. Sehingga tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan tidak menjadi jaminan akan tinggi rendahnya tindakan pajak agresif yang dilakukan perusahaan, Profitabilitas berpengaruh</p>	<ul style="list-style-type: none"> - CSR diukur secara keseluruhan bukan focus terhadap <i>social CSR</i> - Tidak membahas sektor telekomunikasi
--	---	---	---	--

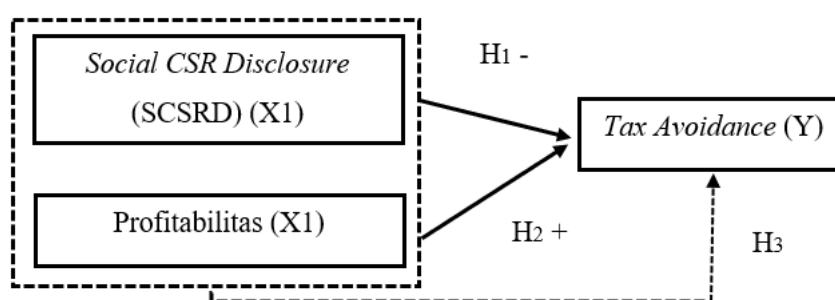
			terhadap agresivitas pajak.	
Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan CSR terhadap <i>Tax avoidance</i> Permatasari & Winata (2022)	- Variabel Independen: <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan CSR Variabel Dependen: <i>Tax avoidance</i>	Penelitian menggunakan Perusahaan manufaktur	CSR berpengaruh terhadap pajak, sementara profitabilitas menunjukkan hasil yang tidak konsisten.	- ETR bukan fokus utama - Sektor hanya terbatas dalam Perusahaan manufaktur

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat perbedaan hasil mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap *tax avoidance*. Selain itu, sebagian besar penelitian masih mengukur CSR secara keseluruhan dan menggunakan objek penelitian lintas sektor. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada *Social CSR Disclosure* yang diukur menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) 400 serta menggunakan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025 sebagai objek penelitian untuk memberikan bukti empiris yang lebih spesifik.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori agensi. Teori agensi menjelaskan hubungan antara *principal* dan *agent*, di mana manajemen sebagai pihak *agent* memiliki kepentingan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Salah satu representasi dari tata kelola tersebut diwujudkan melalui penghematan biaya riil via mitigasi beban fiskal

menggunakan praktik penghindaran pajak. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung melakukan pengelolaan pajak karena besarnya beban pajak yang harus dibayarkan. Selain itu, pengungkapan *Social CSR Disclosure* dapat digunakan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada stakeholder dan masyarakat. Maka dapat dirumuskan suatu kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

Hubungan antara ketiga variabel ini digambarkan dengan dua variabel independen (*Social CSR Disclosure* dan profitabilitas) dihubungkan dengan satu variabel dependen (*tax avoidance*) melalui anak panah yang menunjukkan arah pengaruh. Dengan demikian, kerangka penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh *Social CSR Disclosure* dan profitabilitas terhadap *tax avoidance* diuji secara simultan untuk melihat kontribusi masing-masing variabel dalam menjelaskan perilaku penghindaran pajak pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Social CSR Disclosure menggambarkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial kepada masyarakat, karyawan, dan konsumen. Perusahaan yang aktif mengungkapkan kegiatan *Social CSR* biasanya memiliki perhatian lebih terhadap reputasi dan kepatuhan terhadap regulasi termasuk kewajiban perpajakan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa CSR dapat berhubungan dengan perilaku perpajakan perusahaan karena perusahaan yang

memiliki tanggung jawab sosial tinggi cenderung menghindari praktik penghindaran pajak yang dapat merusak citra perusahaan (Andriani & Carolina, 2023). Dengan demikian semakin tinggi pengungkapan *Social* CSR maka kecenderungan perusahaan melakukan *tax avoidance* dapat semakin rendah.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik serta kemampuan menghasilkan laba yang besar. Namun kondisi tersebut dapat meningkatkan insentif perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak guna menekan beban pajak yang harus dibayarkan. Perusahaan dengan laba tinggi memiliki motivasi untuk mempertahankan tingkat keuntungan setelah pajak sehingga strategi *tax planning* sering dilakukan untuk meminimalkan beban pajak secara legal. Penelitian yang dilakukan oleh Supardi dan Kunawangsih menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.4 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Sosial CSR *Disclosure* terhadap *Tax avoidance*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya pada dimensi sosial, merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholder*. Dalam perspektif teori agensi, perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada *principal*. Pengungkapan dimensi sosial pada CSR dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, menjaga reputasi perusahaan, serta menunjukkan bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Selain itu, perusahaan perlu memperhatikan kebijakan perpajakan perusahaan agar tidak menimbulkan konflik kepentingan maupun penilaian negatif dari *stakeholder*. Oleh karena itu,

perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR sosial yang tinggi diharapkan lebih berhati-hati dalam melakukan praktik *tax avoidance* guna menjaga citra dan keberlangsungan perusahaan.

Penelitian oleh Andriani dan Carolina (2023) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap *Cash Effective Tax Rate* (CETR), yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa CSR dapat menekan praktik *tax avoidance*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Setyawan (2021) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Namun demikian, terdapat pula penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, seperti Nawangsari et al. (2022) yang menemukan bahwa pengaruh CSR terhadap *tax avoidance* tidak selalu signifikan dan bergantung pada kondisi serta karakteristik perusahaan.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu dan pembahasan permasalahan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Social CSR Disclosure* berpengaruh negatif terhadap *Tax avoidance*

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Tax avoidance*

Profitabilitas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan teori agensi, manajemen sebagai pihak *agent* memiliki kepentingan untuk memaksimalkan laba perusahaan, termasuk dengan cara mengelola beban pajak. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki beban pajak yang lebih besar, sehingga mendorong manajemen untuk melakukan perencanaan pajak guna meminimalkan pajak yang harus dibayarkan.

Penelitian oleh Wulandari dan Pratama (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi laba perusahaan, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki hubungan positif dengan *tax avoidance*. Namun

demikian, terdapat pula penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*, sehingga menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu dan pembahasan permasalahan tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap terhadap *Tax avoidance*

2.3.3 Pengaruh *Social CSR Disclosure* dan Profitabilitas terhadap *Tax Avoidance*

Social Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan profitabilitas diduga secara bersama-sama memengaruhi praktik *tax avoidance*. Berdasarkan Teori Agensi, manajemen sebagai *agent* berupaya mengoptimalkan laba perusahaan melalui pengelolaan beban pajak. Dalam proses tersebut, perusahaan tidak hanya mempertimbangkan kondisi keuangan yang tercermin dari profitabilitas, tetapi juga memperhatikan pengungkapan aspek sosial sebagai bentuk akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, praktik *tax avoidance* diduga dipengaruhi oleh kombinasi faktor keuangan dan nonkeuangan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas memiliki hubungan dengan *tax avoidance*, meskipun hasilnya masih belum konsisten (Nawang Sari, 2022; Suropto & Hakim, 2024). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel terhadap *tax avoidance* masih perlu diuji lebih lanjut, khususnya pada perusahaan telekomunikasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: *Social CSR Disclosure* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*.