

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di tengah arus globalisasi dan persaingan usaha yang kian ketat, perusahaan tidak lagi hanya berorientasi pada perolehan laba. Saat ini, perusahaan juga dituntut untuk menunjukkan kepedulian terhadap aspek sosial serta menjaga kelestarian lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab. Kondisi tersebut melatarbelakangi berkembangnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud tanggung jawab dan komitmen perusahaan dalam mendukung pembangunan yang berkelanjutan. CSR mencerminkan tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya ditujukan kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap kegiatan dan keberlangsungan perusahaan.

CSR dipandang sebagai salah satu strategi yang dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata publik. Reputasi yang baik mampu menumbuhkan kepercayaan investor serta memberikan sinyal positif mengenai prospek perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (*firm value*) (Laskin, 2018). Dalam perkembangannya, nilai perusahaan tidak hanya dinilai berdasarkan pencapaian kinerja keuangan, tetapi juga dari bagaimana pasar memandang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan etika bisnis (Jarbouli et al., 2020). Oleh sebab itu, CSR menjadi faktor non-keuangan yang penting dalam

memengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat beberapa fenomena yang dapat menjadi bukti bahwa CSR penting untuk dilakukan karena terdapat fenomena dimana adanya penyalahgunaan dana CSR yang dilakukan oleh PT Timah (Persero) Tbk. Penyalahgunaan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Harvey Moeis dalam kasus korupsi tata niaga timah menjadi bukti nyata bahwa instrumen tanggung jawab sosial perusahaan dapat dimanipulasi untuk kepentingan pribadi. Dana sebesar Rp 420 miliar yang dikumpulkan dari smelter swasta dengan dalih CSR seharusnya digunakan untuk pemberdayaan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan, namun justru dialihkan melalui mekanisme ilegal yang melibatkan pihak ketiga. Menurut laporan CNN Indonesia (2024), Harvey Moeis terbukti menyalahgunakan dana CSR Rp420 miliar yang dikumpulkan dari smelter swasta dengan acuan 500–750 USD per ton timah. Fakta ini menunjukkan lemahnya sistem pengawasan internal maupun eksternal, serta memperlihatkan deviasi moral dalam pengelolaan CSR. Dengan demikian, kasus Harvey Moeis menegaskan bahwa CSR tidak hanya berpotensi menjadi alat legitimasi perusahaan, tetapi juga rentan dijadikan sarana korupsi oleh aktor yang memiliki akses terhadap sumber daya, sehingga memperlihatkan urgensi reformasi regulasi CSR di Indonesia (CNN Indonesia, 2024).

Meskipun CSR diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan, efektivitasnya masih menjadi perdebatan dalam penelitian empiris. Sejumlah studi menemukan bahwa pengungkapan dan implementasi Pelaksanaan CSR yang efektif mampu memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Hal ini terjadi karena CSR membantu membentuk citra perusahaan yang baik dan meningkatkan

keyakinan investor terhadap kinerja serta keberlangsungan perusahaan di masa depan (Putri & Budiyo, 2018; Levi, 2014; Taufiq, 2019). Akan tetapi, terdapat penelitian yang memperoleh hasil berbeda, yaitu bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut masih menjadi perdebatan dalam literatur akademik (Kamaliah, 2020; Adiputra & Hermawan, 2020; Marc et al., 2022). Temuan yang berbeda-beda dalam penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa pengaruh CSR terhadap *firm value* masih belum menunjukkan hasil yang konsisten. Kondisi ini membuka peluang untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi hubungan keduanya.

Tax avoidance diduga menjadi salah satu variabel yang dapat menjelaskan bagaimana CSR memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki komitmen tinggi terhadap pelaksanaan CSR biasanya didukung oleh sumber daya, kapabilitas manajerial, dan sistem operasional yang lebih baik, sehingga memiliki peluang untuk melakukan perencanaan pajak secara optimal. Efisiensi pajak yang diperoleh melalui praktik tax avoidance dapat meningkatkan laba bersih dan arus kas perusahaan. Peningkatan kondisi keuangan tersebut pada akhirnya berpotensi meningkatkan kepercayaan investor dan memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Hoi et al., 2013; Lanis & Richardson, 2015).

Dalam perspektif *agency theory*, *tax avoidance* dapat dipandang sebagai salah satu mekanisme yang digunakan manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui penghematan beban pajak (Jensen & Meckling, 1976). Dengan demikian, Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak selalu terjadi secara langsung. CSR juga dapat memengaruhi praktik tax avoidance yang diterapkan perusahaan, dan praktik tersebut pada akhirnya turut menentukan

nilai perusahaan. Dengan demikian, *tax avoidance* dapat dipandang sebagai variabel intervening yang menjelaskan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Namun demikian, praktik *tax avoidance* juga mengandung risiko apabila dilakukan secara agresif dan tidak sejalan dengan komitmen sosial perusahaan. Ketidaksesuaian antara aktivitas CSR dan kebijakan pajak yang agresif dapat menimbulkan risiko reputasi serta menurunkan kepercayaan investor (Lanis & Richardson, 2012). Kondisi tersebut dapat mengurangi *value* perusahaan meskipun perusahaan memiliki tingkat CSR yang tinggi. Sebab karena itu, *tax avoidance* menjadi variabel mediasi untuk diuji guna memahami apakah pengaruh CSR terhadap *firm value* terjadi secara langsung atau melalui kebijakan perencanaan pajak yang diterapkan perusahaan.

Selain pelaksanaan CSR, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh aspek keuangan, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari aset yang digunakan dalam kegiatan operasionalnya (Brigham & Houston, 2010). Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan pengelolaan sumber daya yang efisien dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan secara optimal. Keberhasilan tersebut dapat meningkatkan keyakinan investor terhadap prospek perusahaan sehingga memberikan dampak positif terhadap harga saham di pasar (Sartono, 2010). Dengan demikian, profitabilitas tidak hanya mencerminkan keberhasilan kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas telah banyak diteliti sebagai salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa tingginya profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara optimal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai

perusahaan (Yuanita et al., 2016; Sabrin et al., 2016; Simanjuntak & Muda, 2020). Akan tetapi, hasil yang berlawanan ditemukan oleh Pratama dan Wiksuana (2018), yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan temuan tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut masih memerlukan kajian lebih lanjut. Dalam konteks ini, *tax avoidance* diduga menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan hubungan tersebut. Perusahaan yang memperoleh tingkat keuntungan tinggi cenderung memiliki insentif yang lebih besar untuk melakukan pengelolaan pajak secara efisien guna mempertahankan laba bersih setelah pajak. Praktik ini selanjutnya dapat memberikan pengaruh terhadap penilaian investor dan nilai perusahaan. Dengan demikian, *tax avoidance* dapat diposisikan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Selain profitabilitas dan CSR, ukuran perusahaan (*firm size*) juga dipandang sebagai salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya didukung oleh sumber daya yang lebih kuat, kegiatan usaha yang lebih beragam, serta kemudahan yang lebih tinggi dalam memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal. Keunggulan tersebut membuat perusahaan besar cenderung memiliki tingkat stabilitas yang lebih baik dan peluang pertumbuhan yang lebih menjanjikan dibandingkan perusahaan berskala kecil, sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Di samping itu, ukuran perusahaan sering kali digunakan sebagai cerminan tingkat kematangan perusahaan. Perusahaan yang telah berada pada tahap matang umumnya memiliki arus kas yang relatif stabil serta kemampuan yang lebih baik dalam mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Temuan empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan *firm value* hingga saat ini masih belum konsisten. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, karena didukung oleh kapasitas sumber daya yang lebih baik, akses pendanaan yang lebih luas, serta tingkat kepercayaan pasar yang lebih tinggi (Dang et al., 2019; Hamyat et al., 2017). Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu menjadi faktor penentu nilai perusahaan dan bahkan dapat memberikan pengaruh negatif dalam kondisi tertentu (Cheryta et al., 2017; Sintyana & Artini, 2018; Hirdinis, 2019). Adanya perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan masih menjadi perdebatan dalam literatur, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Ketidakkonsistenan Temuan empiris tersebut mengisyaratkan adanya kemungkinan aspek lain yang diduga memengaruhi keterkaitan antarvariabel tersebut. Salah satu faktor yang diduga berperan adalah praktik *tax avoidance*. Salah satu faktor yang diduga dapat menjelaskan ketidakkonsistenan hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan adalah *tax avoidance*. Perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih memadai, tingkat kompleksitas operasional yang lebih tinggi, serta fleksibilitas yang lebih besar dalam menyusun strategi perencanaan pajak. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi perusahaan untuk melakukan *tax avoidance* secara lebih optimal. Pada tingkat tertentu, praktik *tax avoidance* dapat meningkatkan efisiensi beban pajak sehingga laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan menjadi lebih besar. Peningkatan laba tersebut selanjutnya berpotensi memperkuat persepsi positif investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Asa & Utomo, 2019; Fadillah,

2019). Selain itu, berdasarkan perspektif *agency theory*, *tax avoidance* dipandang sebagai salah satu upaya manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui pengurangan beban pajak secara legal, sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan (Jensen & Meckling, 1976).

Untuk menciptakan nilai perusahaan yang lebih tinggi, manajemen sering kali melakukan berbagai upaya efisiensi, termasuk melalui penerapan *tax avoidance*. *Tax avoidance* dipahami sebagai strategi pengelolaan pajak yang dilakukan dalam koridor hukum dengan tujuan mengurangi beban pajak perusahaan melalui pemanfaatan ketentuan perpajakan yang tersedia (Asa & Utomo, 2019). Efisiensi pajak yang diperoleh dari strategi tersebut berpotensi meningkatkan laba setelah pajak, yang kemudian dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan menjaga keberlangsungan usahanya. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Fadillah, 2019; Ross, 1977).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *tax avoidance* dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui peningkatan efisiensi pajak dan optimalisasi arus kas yang dimiliki perusahaan (Herdiyanto & Ardiyanto, 2015; Desai & Dharmapala, 2009). Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Kusuma dan Juliani (2018), yang menyatakan bahwa *tax avoidance* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Bahkan, jika dilakukan secara agresif, praktik *tax avoidance* berpotensi meningkatkan kompleksitas transaksi perusahaan, mengurangi transparansi informasi, serta menimbulkan risiko reputasi yang dapat memengaruhi persepsi investor secara negatif dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Chen, Hu, & Wang, 2014; Wahab & Holland, 2012).

Selain itu, *tax avoidance* juga kerap dipandang sebagai praktik yang menimbulkan dilema etis karena berpotensi mengurangi kontribusi perusahaan terhadap penerimaan negara yang digunakan untuk mendukung berbagai program sosial dan pembangunan masyarakat (Rudyanto & Pirzada, 2021). Dalam sudut pandang *agency theory*, praktik penghindaran pajak dapat mencerminkan adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan para pemangku kepentingan, terutama apabila tindakan tersebut tidak sejalan dengan ekspektasi sosial terhadap tanggung jawab perusahaan (Jensen & Meckling, 1976; Akhtar et al., 2019).

Pada penelitian ini, *tax avoidance* ditempatkan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan (*firm size*) terhadap nilai perusahaan (*firm value*). Dengan kata lain, pengaruh CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga dapat berlangsung melalui kebijakan penghindaran pajak yang diterapkan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR yang tinggi, profitabilitas yang baik, serta skala usaha yang besar umumnya didukung oleh sumber daya dan insentif yang lebih kuat untuk melakukan perencanaan pajak. Kebijakan tersebut selanjutnya dapat memengaruhi persepsi pasar dan berkontribusi terhadap perubahan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa hubungan antara CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, *tax avoidance*, dan nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam dan belum konsisten.

Dengan mempertimbangkan berbagai temuan penelitian sebelumnya, studi ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam bagaimana *tax avoidance* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan CSR, profitabilitas, dan *firm size* terhadap *firm value*, terutama pada perusahaan manufaktur. Melalui penelitian

ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai proses penciptaan nilai perusahaan. Selain memberikan kontribusi pada pengembangan literatur akademik, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang mendukung keberlanjutan dan peningkatan nilai perusahaan di masa mendatang.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Apakah CSR berpengaruh terhadap *firm value*?
- 1.2.2. Apakah *Profitability* berpengaruh *firm value*?
- 1.2.3. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap *firm value*?
- 1.2.4. Apakah *Tax Avoidance* mampu memediasi hubungan CSR dengan *firm value*?
- 1.2.5. Apakah *Tax Avoidance* mampu memediasi hubungan *Profitability* terhadap *firm value*?
- 1.2.6. Apakah *Tax Avoidance* mampu memediasi hubungan *Firm size* terhadap *firm value*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

- 1.3.1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh CSR terhadap *firm value*.
- 1.3.2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *profitabilitas* terhadap *firm value*.
- 1.3.3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *firm size* terhadap *firm value*.
- 1.3.4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mediasi *tax avoidance* terhadap CSR dengan *tax avoidance*.
- 1.3.5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mediasi *tax avoidance* terhadap *profitability* dengan *tax avoidance*.
- 1.3.6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mediasi *tax avoidance* terhadap *firm size* dengan *tax avoidance*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi yang bermanfaat untuk mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang yang berkaitan dengan harga saham dan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan serta informasi yang relevan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa kajian dan bukti empiris mengenai hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, ukuran perusahaan (*firm size*), nilai perusahaan (*firm value*), dan *tax avoidance*.

1.4.2. Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi yang berharga terhadap literatur dengan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*) dengan mempertimbangkan variabel mediasi dalam bentuk penghindaran pajak (*Tax Avoidance*). Ini memperkaya pemahaman tentang hubungan kompleks antara faktor-faktor tersebut dan memberikan wawasan baru terkait bagaimana penghindaran pajak dapat memediasi hubungan tersebut.

1.4.3. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan saran dan panduan bagi berbagai pihak, termasuk pelaku bisnis dan pemimpin bisnis, untuk lebih memprioritaskan keberlanjutan atau sustainability. Hal ini juga memberikan wawasan bagi investor dan kreditor dalam mengevaluasi perusahaan sebelum membuat

keputusan bisnis, serta bagi regulator dan pemerintah untuk mempertimbangkan faktor keberlanjutan yang mempengaruhi praktik penghindaran pajak perusahaan. Dengan demikian, diharapkan regulasi yang lebih efektif dapat dirumuskan untuk mengatasi dampak dari aktivitas penghindaran pajak dan mempromosikan praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

1.5. Sistematika Tesis

1. Bab I Pendahuluan
2. Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis
3. Bab III Metode Penelitian
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan
5. Bab V Kesimpulan dan Saran