

BAB 1**PENDAHULUAN****1.1. Latar Belakang Masalah**

Pajak merupakan sumber pendanaan penting bagi perekonomian Indonesia. Pemerintah menggunakan dana pajak untuk menjalankan program-programnya dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan infrastruktur, aset-aset publik, dan fasilitas umum lainnya. Dari perspektif sosial, pembayaran pajak digunakan untuk membiayai fasilitas atau aset publik (Lanis dan Richardson, 2012)[1]. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Pajak merupakan kewajiban pembayaran oleh rakyat kepada pemerintah. Membayar pajak merupakan suatu bentuk pengabdian dan dukungan terhadap pemerintah dalam menjalankan pemerintahan.

Pemerintah dan wajib pajak mempunyai kepentingan yang berbeda dalam pelaksanaan pemungutan pajak. Pemerintah ingin terus meningkatkan atau mengoptimalkan penerimaan negara melalui pajak guna membiayai penyelenggaraan negara, sedangkan sebagian besar wajib pajak berusaha untuk membayar pajak seminimal mungkin karena dengan membayar pajak akan mengurangi pendapatan atau laba. Wajib pajak akan berusaha memperkecil jumlah pembayaran pajak sehingga target pendapatan atau laba yang telah ditetapkan dapat tercapai. Hal ini dimungkinkan apabila ada peluang untuk memanfaatkan celah dari kelemahan peraturan perpajakan.

Salah satu wajib pajak di Indonesia adalah perusahaan. Pajak yang dibayar oleh perusahaan didasari dari perolehan laba perusahaan itu sendiri. Hal ini menjadi sebuah dilema bagi manajemen dan pemilik perusahaan, karena pajak secara langsung mengurangi pendapatan perusahaan. Pajak merupakan faktor yang memotivasi pengambilan keputusan perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012)[1]. Semakin besar penghasilan yang diperoleh berarti semakin besar beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Perusahaan akan berusaha mengelola pembayarannya seminimum mungkin agar laba yang diperoleh maksimal (Darmawan dan I Made Sukartha, 2014)[2]. Hal ini tidak sejalan dengan pemerintah yang bertujuan memaksimalkan pendapatan pajak dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Salah satu cara untuk mewujudkan kemandirian bangsa dalam pembiayaan pembangunan adalah dengan menggali sumber dana dari pajak (Waluyo, 2017)[3]. Pemerintah Indonesia dari tahun ke tahun semakin gencar melakukan optimalisasi pajak. Perbaikan sistem perpajakan terus dilakukan dalam rangka meningkatkan penerimaan negara dari pajak. Pemerintah berusaha meningkatkan *tax ratio* secara bertahap untuk mengoptimalkan pemasukan dari pajak dengan memperhatikan keadaan ekonomi Indonesia dan

juga ekonomi dunia. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan *tax ratio* adalah dengan kebijakan-kebijakan yang bisa mendorong pengusaha dalam negeri berkembang dan memajukan usahanya.

Upaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak mengalami banyak kendala, salah satunya adalah adanya aktivitas penghindaran pajak atau biasa disebut *tax avoidance* (Swingly dan Sukartha, 2015)[4]. Perusahaan melakukan penghindaran pajak karena pemegang saham ingin pengembalian yang berlipat ganda dari investasinya pada perusahaan. Mengurangi jumlah beban pajak artinya meningkatkan keuntungan perusahaan (Harto dan Puspita, 2014)[5]. Secara umum tindakan penghindaran pajak dianggap sebagai tindakan yang legal karena banyak memanfaatkan *loopholes* yang ada dalam peraturan perpajakan yang berlaku (*lawfull*)(Santoso dan Muid,2014)[6]. Dengan melakukan penghindaran pajak maka perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan arus kas. Namun hal tersebut menjadi dilema etika ketika sebuah perusahaan melakukan penghindaran pajak. Jika suatu perusahaan melakukan penghindaran pajak yang akan meningkatkan profitabilitas, akan tetapi pengurangan pajak tersebut dapat memengaruhi dukungan kepada pemerintah dalam pembangunan maupun program-program sosial lain, maka perusahaan dapat dikategorikan tidak bertanggung jawab secara sosial(Huseynov dan Klamm)[7].

Pembayaran pajak kepada pemerintah dirasa tidak memberikan manfaat langsung, oleh karena itu perusahaan terkadang merasa berat untuk membayar pajak. Keterlibatan perusahaan dalam praktik penghindaran pajak menjadi hal yang tidak diinginkan oleh pemerintah. Perusahaan dianggap tidak memberikan kontribusi kepada pemerintah dalam rangka pembiayaan fasilitas publik dan penyelenggaraan negara. Pemerintah mengharapkan perusahaan membayar pajaknya tanpa menggunakan mekanisme penghindaran pajak. Upaya perusahaan untuk mengoptimalkan laba perusahaan masih menjadi alasan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak yang dinilai kurang baik bagi masyarakat, inilah sudut pandang yang pertama tentang penelitian ini.

Pada sisi lain, *Corporate Social Responsibility* dipandang sebagai suatu tindakan strategik perusahaan dalam rangka memperoleh citra (*image*) yang baik di mata masyarakat. [1]Lanis dan Richardson berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan karena pada hakekatnya aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat (Lanis dan Richardson,2012)[1]. Untuk menjaga keberlangsungan suatu bisnis, perusahaan dituntut untuk mampu bertanggungjawab atas seluruh aktifitas terhadap para stakeholder, terhadap pelanggan, karyawan, pemegang saham atau pemilik, mitra kerja dan masyarakat umum. Dengan penyelenggaraan tanggungjawab etika tersebut dalam kegiatan bisnis, maka

akan dapat mendukung keberhasilannya, salah satunya dengan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

Secara teoritis *Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*stakeholders*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban pada pihak lain yang berkepentingan (Busyra, 2016)[8].

Tanggungjawab social perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* menjadi hal yang sangat populer dan marak diterapkan perusahaan di berbagai belahan dunia. Semakin marak dan menguatnya prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* seperti *fairness, transparency, accountability dan responsibility* telah mendorong *Corporate Social Responsibility* semakin menyentuh "jantung hati" dunia bisnis.

Ketentuan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, yang bunyinya menyatakan:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL);
2. TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sehingga penerapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia bukan lagi menjadi suatu voluntary (tidak wajib) melainkan sebagai mandatory (wajib). Terutama bagi perusahaan yang bergerak dibidang berkaitan sumber daya alam. Di Indonesia praktek *Corporate Social Responsibility* belum diperkuat dengan aturan dan penilaian yang jelas. Belum ada aktivitas yang dapat diukur secara operasional (Suharto,2008)[9]. Undang-undang *Corporate Social Responsibility* di Indonesia belum diikuti peraturan yang lebih detail. Standar untuk mengevaluasi *Corporate Social Responsibility* juga masih diperdebatkan. Akibatnya banyak perusahaan di Indonesia yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* hanya sekedar menghabiskan anggaran yang tersedia atau menjalankan kegiatan yang sama setiap tahun. Program *Corporate Social Responsibility* dilakukan tidak melihat kebutuhan masyarakat, akibatnya banyak program *Corporate Social Responsibility* yang tumpang tindih, kegiatan yang sama di wilayah yang sama dilakukan berulang-ulang selama beberapa tahun (Suharto, 2009)[9].

Sudut pandang yang kedua melihat pembayaran pajak merupakan bagian dari aktivitas *Corporate Social Responsibility*, pembayaran pajak adalah salah

satu cara mendasar bagi perusahaan untuk terlibat dengan masyarakat (Hoi, Wu dan Zhang, 2013)[10]. Hal ini juga berarti bahwa perusahaan dengan kualitas *Corporate Social Responsibility* yang baik, juga akan menghindari praktik penghindaran pajak, karena pajak merupakan bagian dari aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang berkomitmen melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang berkelanjutan, juga melakukan pembayaran pajak secara bertanggungjawab. Dalam penelitian Hoi, Wu dan Zhang [10] menyebutkan bahwa perusahaan yang banyak melakukan *responsible Corporate Social Responsibility* lebih tidak agresif dalam penghindaran pajak dibanding perusahaan yang melakukan *irresponsible Corporate Social Responsibility*. Bisa dikatakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang meningkat maka perusahaan tersebut tidak melakukan praktik *Tax Avoidance*, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap praktik *Tax Avoidance*.

Penelitian tentang hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan penghindaran pajak juga sudah diteliti terlebih dahulu oleh beberapa peneliti, diantaranya Watson (Watson, 2015)[11], Lanis dan Richardson (Lanis dan Richardson, 2012)[1] yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat tanggung jawab sosial perusahaan maka semakin rendah tingkat penghindaran pajaknya. Penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu tindakan yang tidak bertanggung jawab sosial oleh perusahaan, karena salah satu tanggung jawab perusahaan adalah dimulai dengan memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui pajak pemerintah (Landolf, 2006)[12]. Perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas seluruh aktivitasnya terhadap para stakeholder. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat pada umumnya (Lanis dan Richardson, 2012)[1]. *Corporate Social Responsibility* adalah bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (dharma dan Noviani, 2017)[13]. Watson [11] menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat rendah dalam *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial. Hal yang sama diungkapkan oleh Hoi, Wu dan Zhang [10] perusahaan dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang tidak bertanggung jawab lebih agresif dalam menghindari pajak. *Corporate Social Responsibility* merupakan faktor kunci kesuksesan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

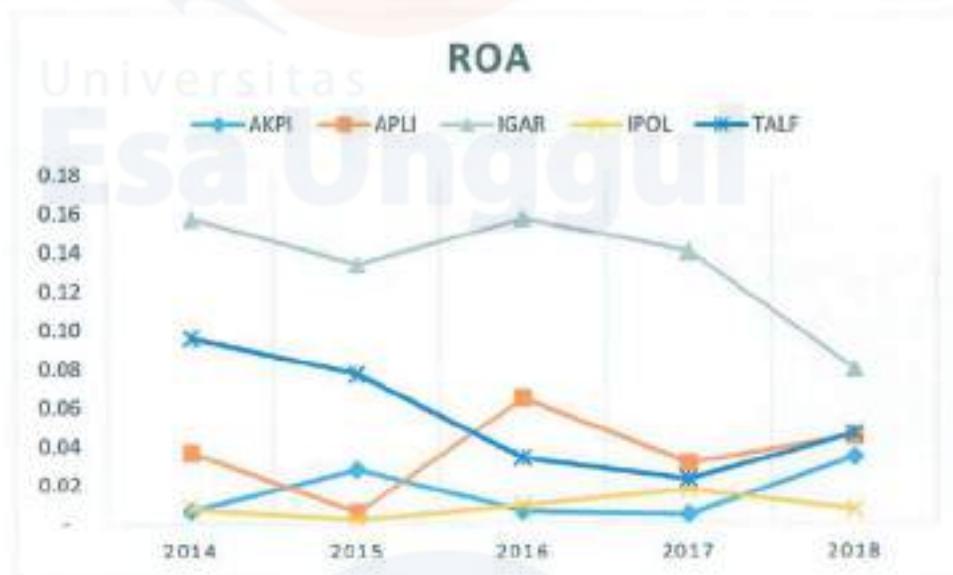
Transparansi perusahaan yang lemah mengakibatkan perusahaan agresif terhadap pajak. Apabila perusahaan menerapkan kegiatan *Corporate Social*

Responsibility, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan peduli terhadap lingkungan sosial dan seharusnya taat membayar pajak secara wajar sesuai hukum serta tidak melakukan agresivitas pajak. Dalam penelitian (Lanis dan Richardson, 2012 ; Tjondro dan Maria Kartopo, 2016)[1], [14] menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, yaitu jika suatu perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik maka tindakan agresivitas pajak dapat diminimalkan. Kinerja keuangan diduga secara tidak langsung dapat mempengaruhi tindakan manajer dalam melakukan agresivitas pajak, karena berkaitan dengan perhitungan perencanaan pajak.

Profitabilitas diukur dengan *return on asset (ROA)* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asset untuk mendapatkan laba sebagai dasar pengenaan pajak. Merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Laba tersebut berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Sudarmadji & Sularto, 2007)[15]. Pengembalian atas investasi modal merupakan indikator penting atas kekuatan perusahaan dalam jangka panjang. Angka ini menggunakan ukuran ringkasan utama dari laporan laba rugi (laba) dan neraca (pendanaan) untuk menilai profitabilitas. Ukuran profitabilitas memiliki beberapa keunggulan dibanding ukuran kekuatan keuangan jangka panjang lainnya atau solvabilitas yang hanya mengandalkan pos neraca (misalnya rasio utang terhadap ekuitas). Angka ini dapat mengungkapkan pengembalian atas investasi modal secara efektif dari berbagai perspektif kontributor pendanaan yang berbeda (kreditor dan pemegang saham) (Darmawan dan I Made Sukartha, 2014)[2]. Rasio Profitabilitas (*profitability ratio*) yang mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional menurut Brigham dan Houston terdiri atas: 1) margin laba atas penjualan; 2) pengembalian atas total aset; 3) rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba; dan 4) pengembalian ekuitas biasa (Eugene F. Brigham dan Joe F. Houston, 2015)[16].

Perusahaan dibangun dengan konsep dasar *economic responsibility*, artinya manajemen sebagai karyawan, bertanggungjawab kepada pemegang saham untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi harus sejalan dengan hukum dan aturan yang berlaku (*legal responsibility*).

Return on assets merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan dan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan. *Return on assets* merupakan ukuran efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki.



Gambar 1.1. Perhitungan ROA

Gambar diatas menunjukkan rasio ROA dari 5 perusahaan plastic dan kemasan periode tahun 2014-2018 pada perusahaan PT. Argha Karya Prima Industri, Tbk (AKPI), PT. Asia Plast Industries,Tbk (APLI), PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL), PT. Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR) dan PT. Tunas Alfin Tbk (TALF). Kemudian timbul pertanyaan apakah dengan laba yang fluktuatif maka akan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Beberapa peneliti sebelumnya mengaitkan faktor kondisi keuangan perusahaan terhadap praktik *tax avoidance* selain *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas, juga pada *leverage*. *Leverage* merupakan tingkat hutang yang digunakan perusahaan dalam melakukan pembiayaan (Setiawan dan Titisari, 2010)[17]. *Leverage* (struktur utang) merupakan rasio yang menunjukkan besarnya utang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya. Penambahan jumlah utang akan mengakibatkan munculnya beban bunga yang harus dibayar oleh perusahaan. Komponen beban bunga akan mengurangi laba sebelum kena pajak perusahaan, sehingga beban pajak yang harus dibayar perusahaan akan menjadi berkurang (Silalahi dan Ardini,2017)[18]. *Leverage* adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio* mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang dimana semakin tinggi DER menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang semakin buruk dan dapat menimbulkan ketidakpastian mengenai keberlangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini memproksikan *leverage* perusahaan dengan *Debt to equity Ratio*, dengan membandingkan total kewajiban dengan total ekuitas.

Rasio *leverage* menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Rasio *leverage* juga menunjukkan risiko yang dihadapi perusahaan. Penelitian Silalahi dan Ardini membuktikan bahwa *Leverage* (DER) tidak berpengaruh terhadap *Tax Avoidance* (Silalahi dan Ardini)[18]. Kurniasih dan Sari melakukan penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap penghindaran pajak. Hasilnya, *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak (Kurniasih dan Sari) [19]. Berikut adalah perhitungan DER 5 perusahaan sampel:



Gambar 1.2. Perhitungan *Debt to Equity Ratio*

Gambar diatas menunjukkan rasio DER dari 5 perusahaan plastic dan kemasan periode tahun 2014-2018 pada perusahaan PT. Argha Karya Prima Industri, Tbk (AKPI), PT. Asia Plast Industries, Tbk (APLI), PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL), PT. Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR) dan PT. Tunas Alfin Tbk (TALF).

Effective Tax Rate didefinisikan sebagai rasio dari pajak yang dibayarkan perusahaan berdasarkan total pendapatan sebelum pajak penghasilan akuntansi, sehingga dapat diketahui seberapa besar presentase perubahan membayar pajak sebenarnya terhadap laba komersial yang diperoleh perusahaan (Li, Sun dan Yannelis)[20]. Sehingga semakin tinggi nilai ETR perusahaan, menandakan semakin rendah *Tax Avoidance*.



Gambar 1.3. Perhitungan ETR

Gambar diatas menunjukkan kondisi ETR dari 5 perusahaan plastic dan kemasan periode tahun 2014-2018 pada perusahaan PT. Argha Karya Prima Industri, Tbk (AKPI), PT. Asia Plast Industries,Tbk (APLI), PT. Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL), PT. Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR) dan PT. Tunas Alfin Tbk (TALF). Dari 5 perusahaan tersebut ETR mengalami fluktuatif pada masing-masing tahun.

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikan *Corporate Social Responsibility* ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan. Disisi lain perusahaan plastik dan kemasan banyak menghasilkan limbah cair, limbah padat, dan limbah gas. Tingkat penjualan perusahaan plastik dan kemasan meningkat seiring dengan permintaan konsumen milenial yang mencari kepraktisan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari berbagai produk yang ada di toko-toko dan minimarket bahwa tidak hanya produk kebersihan rumah tangga, banyak produk makanan dan minuman banyak yang menggunakan jasa kemasan plastik dari perusahaan plastik dan kemasan untuk mengemas produk-produk tersebut menjadi barang jadi yang siap dikemas dan praktis. Dalam setiap proses pengemasan tersebut tentu selalu menghasilkan limbah produksi, apalagi limbah dari plastic tersebut sulit diurai oleh alam.

Berdasarkan kasus diatas masih banyak kegiatan perusahaan yang menyebabkan dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi menarik untuk diteliti, karena perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan memberikan dana *Corporate Social Responsibility* sebagai

bentuk tanggung jawab social dan memberikan image yang baik terhadap masyarakat seperti memberikan dana pendidikan gratis untuk masyarakat, pengobatan gratis kepada masyarakat, dan beberapa aksi tanggap peduli terhadap bencana yang terjadi di Indonesia.

Motivasi dalam penelitian ini pertama adalah untuk membuktikan apakah benar semakin tinggi kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, semakin rendah kemungkinan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan, kedua profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba, untuk mengetahui apakah dengan laba yang tinggi perusahaan mungkin melakukan penghindaran pajak. Ketiga, *leverage* adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar hutang, untuk membuktikan apakah *leverage* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan uraian diatas maka judul dari penelitian ini adalah “ Analisa Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap *Tax Avoidance* “.

1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Masalah yang timbul dari penelitian ini adalah:

1. Tingkat kepedulian perusahaan terhadap program *Corporate Social Responsibility* masih rendah, banyak perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility*-nya hanya untuk meningkatkan image perusahaan dan latah pada fenomena “*Corporate Social Responsibility* Peduli, sehingga tidak memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan lingkungan sekitar untuk jangka panjang.
2. Praktik penghindaran pajak yang masih terjadi di beberapa perusahaan.
3. Fluktuatif laba pada perusahaan plastik dan kemasan
4. Tingkat kewajiban perusahaan yang tinggi, maka beban bunga perusahaan juga tinggi.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1), Profitabilitas (X2), *Leverage* (X3) dan variabel Independen yaitu *Tax Avoidance* (Y1).

2. Jenis Perusahaan sampel yaitu perusahaan manufaktur yan bergerak di bidang plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

3. *Annual Report* perusahaan sampel yang digunakan adalah tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

1.3. Perumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas* dan *leverage* berpengaruh simultan terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)?
3. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh secara parsial terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)?
4. Apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas* dan *leverage* terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).
2. Untuk mengetahui apakah berpengaruh secara parsial kualitas *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).
3. Untuk mengetahui apakah *Profitabilitas* berpengaruh secara parsial terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).
4. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini akan dapat sebagai referensi dan tambahan pengetahuan bagi peneliti terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas* dan *leverage* terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*).
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan sikap perusahaan terhadap *corporate social responsibility* akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja tetapi juga sikapnya terhadap pajak.
3. Bagi Investor, agar lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan serta bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan.

4. Bagi pihak regulator, seperti Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi resiko penghindaran pajak perusahaan yang lebih tinggi.