

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti membahas lebih lanjut, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, antara lain :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Fitri Anita (2016), Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas & Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak	CSR, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan & Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Berganda	- Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR, Leverage & Ukuran Perusahaan tidak memberikan kontribusi terhadap Agresivitas Pajak Sedangkan Likuiditas mampu meningkatkan adanya Agresivitas pajak
2	<i>Mgbame c.o et al 2017, Corporate social responsibility performance and tax aggressiveness</i>	Agresivitas Pajak, CSR	A cross-Sectional	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa CSR tidak memberikan kontribusi terhadap Agresivitas Pajak

Lanjutan

3	Dewi Nawang Gemilang (2017), Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak	Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity dan Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Berganda	- Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa Profitabilitas mampu mempengaruhi adanya Agresivitas Pajak Sedangkan Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity tidak mampu memberikan kontribusi terhadap Agresivitas Pajak
4	<i>Suzanne Landry et al (2014), Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure</i>	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Keluarga dan Non-Keluarga, Reputasi, Agresivitas pajak	Data panel	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR juga tidak memberikan kontribusi terhadap adanya agresivitas pajaktetapistruktur kepemilikan memberikan kontribusi terhadap adanya agresivitas pajak
5	Irvan & Henryanto (2017), Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen & Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak	Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Berganda	- Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Manajemen Laba & Ukuran Perusahaan mampu memberikan kontribusi terhadap adanya Agresivitas Pajak Sedangkan Likuiditas, Leverage & Komisaris Independen tidak memberikan kontribusi terhadap adanya Agresivitas Pajak
6	<i>Dr. Bambang Setyobudi Irianto et al 2017, The Influence of</i>	Penghindaran pajak, profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan	Analisis Regresi Linier Berganda	-Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan mampu memberikan

Lanjutan

	<i>Profitability, Leverage, Firm Size and Capital Intensity Towards Tax Avoidance</i>	intensitas modal		kontribusi terhadap adanya efektivitas pajak. Sedangkan profitabilitas, leverage dan intensitas modal tidak memberikan kontribusi terhadap adanya efektivitas pajak
7	Lucy Tania Yolanda (2014), Pengaruh Likuiditas, Manajemen Laba, dan GCG terhadap Agresivitas Pajak	Agresivitas Pajak, Likuiditas, Manajemen Laba & GCG	Analisis Regresi Berganda	- Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Likuiditas & GCG tidak memberikan kontribusi terhadap Agresivitas Pajak. Sedangkan Manajemen Laba mampu meningkatkan adanya Agresivitas Pajak
8	Okta S Hartadinata (2013), <i>Agency, Leverage Policy and Tax Agressiviness During</i>	Agensi, kebijakan leverage, agresivitas pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	- Hasil penelitian ini membuktikan bahwa agensi dan kebijakan leverage mampu memberikan kontribusi terhadap agresivitas pajak
9	Shelly Novitasari (2012), Pengaruh Manajemen Laba, GCG & Intensitas Modal terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan	Manajemen Laba, GCG, Intensitas Modal & Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	- Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa Manajemen Laba, Kepemilikan Institusial & Komisari Independent mampu memberikan kontribusi adanya Agresivitas Pajak. Sedangkan Kepemilikan Manajer & Intensitas Modal tidak memberikan kontribusi adanya

Lanjutan

				Agresivitas Pajak
10	Fikriyah (2011), Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas & Karakteristik Kepemilikan terhadap Agresivitas Pajak	Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Karakteristik Kepemilikan & Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Logistik	- Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Likuiditas, Leverage & Profitabilitas tidak memberikan kontribusi terhadap adanya Agresivitas Pajak Tetapi Karakteristik Kepemilikan mampu memberikan kontribusi akan adanya Agresivitas Pajak

Hasil dari penelitian terdahulu Fitri Anita (2016) yang berjudul Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas & Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak menunjukkan bahwa CSR, Leverage dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap adanya agresivitas pajak tetapi Likuiditas mampu meningkatkan adanya Agresivitas pajak.

Serta penelitian Suzanne Landry et al (2014) yang berjudul "*Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure*" menunjukkan bahwa CSR juga tidak memberikan kontribusi terhadap adanya agresivitas pajaktetapistruktur kepemilikan memberikan kontribusi terhadap adanya agresivitas pajak

Berbeda dengan penelitian Irvan & Henryanto (2017) yang berjudul "Pengaruh Likuiditas, Leverage, , Manajemen Laba, Komisaris Independen & Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak" menyatakan bahwa Manajemen Laba & Ukuran Perusahaan mampu memberikan kontribusi

terhadap adanya Agresivitas Pajak akan tetapi Likuiditas, Leverage & Komisaris Independen tidak memberikan kontribusi terhadap adanya Agresivitas Pajak

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori Legitimasi digunakan dalam kajian akuntansi untuk mengembangkan teori pengungkapan pertanggung jawaban sosial. Legimitasi ialah hal yang benar-benar di inginkan perusahaan (dalam Rustiarini,2011).

Teori Legitimasi memuat tentang kontrak sosial organisasi terhadap masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan yang bakal terancam apabila masyarakat menganggap organisasi sudah melampaui kontrak sosialnya (dalam Hanik dan Fajrih,2016). untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan menggunakan cara sejenis legitimasi atau pembenaran baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah ataupun masyarakat lainnya (Dalam Hidayanti dan Murni, 2009).

2.2.2 Teori *Stakeholder*

Menurut teori *stakeholder* perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang harus mereka pertimbangkan untuk kebutuhan dari berbagai pihak yang tertimpa dampak tindakan mereka. Teori stakeholder menekan untuk mempertimbangkan antara kepentingan,

kebutuhan, dan dampak dari berbagai pihak yang terkait atas peraturan dan aktivitas operasi perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Menurut Ardian (2013) supaya perusahaan dapat berkembang dan bertahan lama di dalam masyarakat maka perusahaan memerlukan suport dari *stakeholder*. Menurut Hadi (2011;95) Untuk membuat keputusan di butuhkan sebuah informasi, salah satunya adalah dengan cara aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan sangat membutuhkan perlindungan legitimasi *stakeholder* sehingga memperoleh dukungan agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Salah satu regulator stakeholder perusahaan adalah pemerintah. Oleh karena itu perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan pemerintah, Salah satunya dengan taat membayar pajak dan tidak melakukan penghindaran pajak. Penghindaran pajak ialah perihal yang tidak bertanggung jawab terhadap sosial, hal tersebut tidak seperti teori stakeholder (Landolf dalam Oktaviana,2014)

2.2.3 Teori Agency

Teori *agency* adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan mengenai adanya hubungan antara pihak pemberi kewenangan (*principal*) dengan pihak yang diberi kewenangan (*agent*). Dalam teori *agency* terdapat kontrak antara pemilik sumberdaya dengan

manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang diperoleh, sehingga memungkinkan manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut, dengan cara baik maupun dengan cara yang merugikan pihak lain.

Faktor-Faktor yang menjadi permasalahan antara manajer dan pemilik perusahaan (dalam Samuelson, 2011), antara lain :

1. *Moral Hazard*

Merupakan permasalahan yang muncul apabila agent tidak melakukan sesuatu yang sudah sesuai dalam kontrak kerja

2. *Edverse selection*

Merupakan suatu kondisi dimana *principal* tidak bisa memahami apakah suatu tindakan yang di ambil *agent* sesuai dengan informasi yang didapatkan, atau timbul sebagai sebuah kecerobohan dalam tugas.

2.2.4 CSR (*Corporate Social Responsibility*)

1. **Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*)**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pengembangan ekonomi bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka dalam komunitas setempat dan masyarakat secara garis besar untuk menaikkan kualitas hidup,

menggunakan cara yang baik dimana baik untuk dunia usaha maupun pembangunan (*World Bank* Dalam Susiloadi, 2008).

Implementasi dari program-program CSR dapat di rasakan oleh perusahaan beserta semua pemangku kepentingan, implementasi program tersebut dapat memberikan efek lingkungan yang memudahkan perusahaan dalam memasarkan hasil-hasil produksinya dan kelestarian lingkungan sekitar perusahaan juga bisa terlindungi dengan baik (Dalam Suparn *et al*, 2009).

2. Prinsip-Prinsip CSR

Berdasarkan ISO 26000 Prinsip-prinsip dasar CSR antara lain :

1. Akuntabilitas
2. Transparasi
3. Perilaku etis
4. Penghormatan terhadap *stakeholder*
5. Kepatuhan kepada hukum
6. Penghormatan pada norma perilaku internasional
7. Penghormatan terhadap HAM

Sedangkan secara konseptual prinsip CSR dikenal dengan sebutan *triple bottom line* (3p) menurut Suharto (2009;5) antara lain :

1. *Profit*

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang

2. *People*

Perusahaan wajib mempunyai kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat

3. *Planet*

Perusahaan harus peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati

3. **Manfaat CSR**

Manfaat kegiatan CSR bagi perusahaan (Untung, 2008:6) antara lain :

1. Membuat peluang pasar yang lebih luas
2. Memperoleht lisensasi agar beroperasi secara sosial
3. Membenahi hubungan dengan *stakeholders*
4. Peluang mendapatkan penghargaan
5. Menambah semangat dan daya cipta karyawan
6. Mereduksi resiko bisnis perusahaan

7. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi secara sosial
8. Memperluas akses sumber daya untuk operasional perusahaan

Sedangkan Menurut Suharto (2010:52) manfaat CSR dikelompokkan menjadi empat, antara lain :

1. *Brand Differentiation*

Tanggung jawab sosial pada kompetisi pasar yang semakin kompetitif bisa memberikan pandangan perusahaan yang baik dimata publik yang dapat menciptakan *Customer loyalty*

2. *Human Resources*

Tanggung jawab sosial bisa menolong dalam merekrut karyawan baru terutama yang memiliki kualitas tinggi

3. *Licences to Operate*

Tanggung jawab sosial bisa mendorong pemerintah dan publik membantu izin bisnis, sebab di duga telah melaksanakan standar operasi dan kepedulian kepada lingkungan dan masyarakat luas

4. *Risk Management*

Manajemen resiko adalah isu fundamental untuk setiap perusahaan. Perusahaan yang di didirikan bertahun-tahun dapat runtuh dalam sekedap dengan adanya skandal korupsi, kecelakaan karyawan maupun kerusakan lingkungan

4. **Pengungkapan CSR**

Pengungkapan CSR adalah pertanggung jawaban akuntansi atas pertanggung jawaban sosial terhadap *Stakeholder*. Perusahaan yang sudah melakukan CSR dapat mengungkapkan CSR dengan langsung dalam laporan keuangan tahunan maupun laporan terpisah yang sering disebut dengan *sustainability report* (Annisa dan Nazar, 2015). Di indonesia sendiri standar yang diterapkan dalam pengungkapan CSR adalah dengan GRI (*Global Reporting Initiative*). Karena standar GRI lebih menekankan terhadap standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan misi menaikkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability report* (www.globalreporting.org).

Standar GRI versi terbaru yang telah banyak dipakai oleh perusahaan adalah G4. karena GRI-G4 memfasilitasi kerangka kerja yang penting secara menyeluruh untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan untuk mendorong tingkat transparansi dan kestabilan yang digunakan untuk membuat informasi yang

diberikan lebih bermanfaat dan bisa dipercaya oleh pasar dan masyarakat (www.globalreporting.org).

Standar GRI-G4 dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu : ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Kategori sosial memuat antara lain : hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator GRI-G4 mencapai 91 item (www.globalreporting.org).

2.2.5 Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas ialah potensi perusahaan mendapatkan profit pada hubungan dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri. Kasmir (2011:196) rasio profitabilitas yaitu sebagai pengukur potensi perusahaan dalam mendapatkan laba

Profitabilitas adalah faktor penentu beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang tinggi akan dikenakan pajak yang lebih tinggi juga. Dan sebaliknya jika perusahaan labanya rendah maka membayar pajaknya lebih rendah dan bisa juga tidak bisa membayar pajak karena mengalami kerugian (Dalam Rodriguez & Aris, 2012)

2. Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Adapun jenis-jenis profitabilitas adalah sebagai berikut, Kasmir (2013) :

1. *Profit Margin On Sale*

Merupakan rasio yang diperlukan sebagai pengukur laba bersih setelah pajak dengan membandingkan dengan volume penjualan. Rumus rasio ini adalah :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

2. *Gross Profit Margin*

Merupakan perbandingan antara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan. Rasio ini menerangkan laba kotor yang bisa dicapai dari jumlah penjualan. Rasio ini bisa dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

3. *Return On Assets*

Merupakan penilaian profitabilitas atas total aset menggunakan perbandingan laba setelah pajak dengan rata-rata total aktiva. ROA menyatakan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset baik dari modal pinjaman dan modal sendiri. ROA dapat di hitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah bunga \& pajak}}{\text{Total aset}}$$

4. *Return On Equity*

Merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. ROE yang besar dapat mendorong pemasukan perusahaan atas kesempatan investasi yang sesuai dan manajemen biaya yang efektif. Rumus untuk menghitung ROE sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bunga \& pajak}}{\text{Rata-rata modal sendiri}}$$

Penelitian ini menggunakan ROA untuk menaksirkan Profitabilitas Perusahaan. Karena ROA dapat membuktikan efektivitas perusahaan dalam menata aset, baik modal sendiri maupun modal pinjaman. ROA juga bisa menaksirkan potensi perusahaan dalam melola keuntungan dalam masa lampau untuk diperbaiki di waktu yang akan datang, semakin tinggi rasio ROA maka semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

2.2.6 *Leverage*

1. **Pengertian *Leverage***

Leverage adalah rasio yang di pakai guna mengukur seberapa aktiva perusahaan di biyai dengan utang. Menurut Husnan dalam Kurniasih & Sari (2013) *Leverage* di gunakan perusahaan untuk menggambarkan hubungan antara total aset dengan modal saham biasa dan untuk membuktikan pemakaian hutang untuk menaikan profit.

Leverage merupakan rasio yang dipakai untuk mengukur kemampuan hutang dalam jangka pendek ataupun dalam jangka panjang untuk membiayai aktiva perusahaan (Dalam Kurniasih & Sari (2013). *Leverage* adalah jumlah utang yang dipunyai perusahaan untuk pembiayaan kegiatan perusahaan (Dalam Yulfaida, 2012).

Rasio *Leverage* ialah kemampuan perusahaan untuk memakai aset maupun dana yang memiliki dana tetap untuk memperbesar penghasilan (Syamsuddin, 2002;90). Sedangkan Menurut (Dalam Kasmir (2008) Rasio *Leverage* atau solvabilitas rasio yang di pakai guna mengukur potensi perusahaan untuk membiayai seluruh kewajibannya, dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.

2. Jenis-Jenis Rasio *Leverage*

Menurut Hardiningsih (2008:72) *Leverage* dapat di hitung menggunakan 3 pendekatan yaitu :

1. Rasio Utang / *Debt Ratio*

Rasio ini dapat mengukur berapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditor dengan membandingkan total kewajiban dengan total aset. Rasio ini adalah rasio yang sangat menyeluruh karena memasukkan proporsi baik jangka pendek maupun jangka panjang terhadap aset. Semakin besar rasio ini

maka semakin besar pula perusahaan tersebut di danai oleh kreditor.

2. *Debt to Equity Ratio*

Rasio ini menunjukkan tentang hubungan antara pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh kreditor dengan jumlah modal sendiri yang bersal dari pemegang saham. Dengan cara membandingkan rasio total *liabilitas* dengan *stocholders equity*

3. *Debt to Total Capitalization Ratio*

rasio ini merupakan versi analisis kewajiban yang lebih mendalam tentang rasio jangka panjang dengan kapitalisasi. Kapitalisasi adalah jumlah klaim jangka panjang terhadap perusahaan baik kewajiban maupun ekuitas pemilik kecuali kewajiban lancar. Rasio ini mengukur berapa besar modal jangka panjang perusahaan yang di biayai oleh kreditor.

3. **Tujuan dan Manfaat *Leverage***

Tujuan *Leverage* menurut Kasmir (2017:153), antara lain :

- a. Untuk menilai berapa besar aset perusahaan yang telah dibiayai oleh hutang
- b. Untuk mengetahui keberadaan perusahaan pada kewajiban kreditor

- c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- d. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)

Sedangkan Manfaat rasio solvabilitas atau ratio leverage menurut Kasmir (2017:154), antara lain :

- a. Untuk menganalisa kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya
- b. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan dibiayai oleh utang
- c. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- d. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri
- e. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- f. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)

- g. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan yang berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva
- h. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain

2.2.7 Ukuran Perusahaan

1. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah nilai penjualan bersih perusahaan selama satu tahun tertentu. Karena nilai suatu perusahaan besar maka dalam pengukurannya di konversikan dalam logaritma natural. Penjualan yang lebih tinggi dari biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak dan sebaliknya (Wijaya & Hardiyanto, 2008;75).

Ukuran Perusahaan dapat menunjukkan besar kecilnya aset yang dipunyai suatu perusahaan. Tujuan pengukuran suatu perusahaan adalah guna membedakan secara kuantitatif perusahaan besar dan kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan mempengaruhi kemampuan manajemen perusahaan dalam mengoperasikan situasi dan kondisi suatu perusahaan yang dihadapi (Dalam Kristanto, 2013)

Ukuran Perusahaan adalah poin yang menggabarkan besar kecilnya perusahaan. Pengukuran suatu perusahaan biasanya di ukur dengan menggunakan total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar. Semakin besartotal penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar

maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan tersebut (Dalam Sumarji & Sularto, 2007)

2. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 Ukuran Perusahaan diklasifikasikan dalam empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Klasifikasi ukuran perusahaan tersebut berdasarkan total aktiva yang dimiliki perusahaan dan total penjualan tahunan pada perusahaan tersebut.

3. Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Total aktiva bisa menunjukkan ukuran perusahaan, semakin besar aset maka perusahaan tersebut semakin besar (Prasetyantoko, 2008:257). Sedangkan menurut Machfoedz (1994) dalam Widaryanti (2009) ukuran perusahaan merupakan suatu perbandingan yang bisa diklasifikasikan besar kecil perusahaan dengan cara, misalkan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain

2.2.8 Agresivitas Pajak

1. Pengertian Agresivitas Pajak

Agresivitas Pajak adalah kegiatan perencanaan pajak oleh perusahaan untuk menurunkan tingkat pajak yang efektif (Dalam Hlaing, 2012). Sedangkan menurut Siska, (2010) agresivitas pajak

merupakan rencana perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat.

Agresivitas Pajak adalah rencana penghindaran pajak guna mengurangi dan menghilangkan beban pajak perusahaan dengan memakai peraturan yang dihalalkan dengan memanfaatkan kekurangan hukum pada peraturan perpajakan atau melanggar ketentuan dengan memakai celah yang ada tetapi masih dalam *grey area*. Sedangkan menurut Frank *et al* (2009) Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan yang bertujuan guna merendahkan beban pajak melewati perencanaan pajak dengan menggunakan cara tergolong maupun tidak tergolong pajak.

2. Kelemahan dan Kelebihan Agresivitas Pajak

Kelebihan Agresivitas Pajak Menurut Hidayanti (2013), antara lain :

1. penghematan pajak yang akan di bayar perusahaan terhadap negara, hingga jumlah kas yang diasakan pemilik maupun pemegang saham di perusahaan lebih besar
2. Secara langsung maupun tidak langsung manajer mendapatkan kompensasi dari pemilik atau pemegang saham atas aktivitas agresivitas pajak yang dilaksanakan

Sedangkan kerugian dari tindakan pajak menurut Hidayanti (2013), antara lain :

1. Bisa jadi perusahaan memperoleh sanksi dari fiskus pajak
2. Reputasi rusak akibat audit dari fiskus pajak yang membuat turunnya harga saham

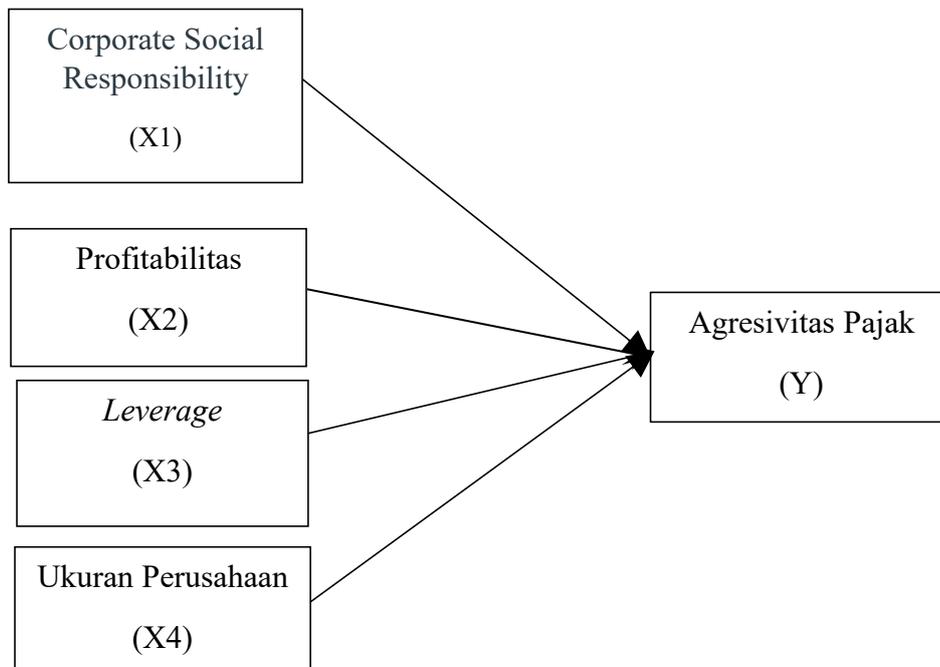
3. Metode Pengukuran Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak dapat di ukur dengan menggunakan *effective tax rate*, *cash effective tax rate*, *book-tax difference Manzon-Plesko*, *book-tax difference desai-Dharmapala* dan *tax planning* (dalam Sari dan Martani, 2010). Sedangkan menurut Lanis dan Richardson (2012) Agresivitas pajak dapat di ukur dengan menggunakan ETR dengan alasan beberapa peneliti sebelumnya banyak yang mengukur menggunakan ETR. Semakin rendah nilai ETR maka mengindikasikan bahwa adanya agresivitas pajak dalam perusahaan tersebut, karena ETR yang kecil menggambarkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. ETR di hitung berdasarkan pada informasi keuangan yang akan di hasilkan oleh perusahaan sehingga ETR adalah bentuk perhitungantarif pajak pada perusahaan (dalam Aunalal, 2011). sedangkan menurut Frank *et al* (2009) ETR dapat digunakan untuk merefleksikan perbedaan antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal.

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti, yaitu Agresivitas Pajak, CSR, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan.

CSR, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan Agresivitas Pajak sebagai variabel dependen.



Gambar 2.1
Kerangka Konsep

2.4 Hipotesis

2.4.1. Pengaruh CSR terhadap Agresivitas Pajak

Dalam Lanis dan Richardson (2011) Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin rendah tingkat Agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Karena bila perusahaan yang memakai CSR dan melakukan agresivitas pajak maka perusahaan bisa kehilangan nama baik di hadapan *stakeholder*, masyarakat, dan

pemerintahan. Dan dapat merendahkan nilai CSR yang telah dilakukan perusahaan.

H1 : CSR tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

2.4.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat Agresivitas Pajaknya. Karena semakin besar keuntungan perusahaan maka semakin besar juga beban pajak yang wajib dibayar oleh perusahaan.

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

2.4.3. Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Semakin tinggi nilai leverage maka semakin besar jumlah pembayaran dari utang pihak kreditor yang dipakai perusahaan dan semakin besar juga biaya bunga yang diakibatkan dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin besar dapat mempengaruhi adanya beban pajak perusahaan, sehingga beban pajak meningkat. maka perusahaan akan melakukan tindakan pajak secara agresif.

H3 : Leverage berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

2.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Bani, 2015 Ukuran Perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar perusahaan

maka semakin besar pula beban pajak, sehingga banyak perusahaan yang melakukan agresivitas pajak

H4 : Size berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak