

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency Theory pertama kali dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976). Teori agensi menjelaskan bagaimana kaitan pemilik perusahaan (prinsipal) dengan manajemen perusahaan (agen). Didalam hubungan ini, manajemen memiliki kewenangan untuk menjalankan operasional perusahaan dan membuat keputusan atas nama pemilik. Namun, sering kali muncul ketidaksamaan tujuan antara manajemen dan pemilik, yang dapat memicu terjadinya konflik agensi. Konflik ini terjadi ketika manajer mengambil keputusan yang lebih menghasilkan bagi dirinya sendiri, tetapi tidak selaras dengan kepentingan pemilik perusahaan. Berdasarkan teori ini, meskipun prinsipal dan agen memiliki kepentingan yang tidak sama, keduanya berusaha untuk menghindari terjadinya konflik keagenan yang berpotensi muncul.

Dalam konteks agresivitas pajak, teori agensi menyatakan bahwa manajemen terdorong untuk menekan beban pajak guna meningkatkan laba setelah pajak. Tindakan ini bertujuan untuk memberikan citra positif pada kondisi finansial perusahaan, pada akhirnya dapat meningkatkan kompensasi manajemen, nilai saham, serta persepsi positif dari investor. Upaya ini disebut

agresivitas pajak, yaitu strategi manajemen dalam mengurangi kewajiban pajak melalui perencanaan pajak yang sah atau berada di area abu-abu hukum.

Ketentuan Pasal 12 Ayat (1) UU No. 6 Tahun 1983, sistem perpajakan di Indonesia menganut prinsip self-assessment, di mana wajib pajak diberikan keleluasaan untuk melakukan perhitungan besaran beban pajak terutang sendiri. Kondisi ini membuka peluang bagi agen meminimalkan pendapatan yang dikenai pajak. Tindakan ini diambil dengan alasan, melalui praktik manajemen pajak pihak manajer (agen) bisa mendapatkan keuntungan pribadi yang tidak dapat diperoleh melalui hubungan kerja sama dengan prinsipal.

2.1.2 Agresivitas Pajak

Menurut Frank et al. (2005), agresivitas pajak adalah suatu perilaku yang dilakukan perusahaan guna menekan biaya pajak dengan memanfaatkan celah dan peraturan perpajakan yang sah. Agresivitas Pajak merupakan perilaku perencanaan pajak (*tax planning*) secara legal dimata hukum maupun illegal. Perusahaan dianggap melakukan tindakan agresivitas pajak jika perusahaan menekan biaya pajak secara agresif. Menggunakan cara yang legal yakni *tax avoidance* atau illegal seperti *tax evasion*, semakin banyak celah yang dimanfaatkan perusahaan maka perusahaan dianggap semakin agresif (Pandia & Wailan' An, 2022).

Fenomena Agresivitas pajak di Indonesia sudah banyak terjadi. Tingginya agresivitas pajak menyebabkan Indonesia berada peringkat 11 dari

30 negara. Survei ini dilakukan oleh IMF (*International Monetary Fund*) dan Universitas Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2016. *Tax Justice Network* melaporkan, diperkirakan kerugian sebesar US\$ 4,86 miliar per tahun atau setara dengan Rp 68,7 triliun (kurs rupiah senilai Rp 14.149 per dollar Amerika Serikat) akan dihadapi Indonesia akibat penghindaran pajak.

Di Indonesia agresivitas pajak yang melibatkan penghindaran pajak secara ilegal atau penyalahgunaan celah hukum dikenakan dua sanksi oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP), yaitu :

1. Sanksi Administrasi: Merupakan kewajiban membayar sejumlah kerugian kepada negara, terutama dalam bentuk bunga dan tambahan pembayaran (kenaikan). Berdasarkan ketetapan UU Perpajakan, terdapat 3 (tiga) jenis sanksi administratif, yaitu: denda, bunga, dan kenaikan.
2. Sanksi Pidana: Adalah bentuk hukuman yang menimbulkan penderitaan atau pembatasan kebebasan. Dalam Undang-Undang Perpajakan, sanksi pidana terbagi menjadi tiga jenis, yaitu: denda pidana, hukuman kurungan, dan hukuman penjara.

Pada dasarnya, sanksi ini diberikan untuk menjaga kepatuhan perpajakan dan memastikan bahwa praktik perpajakan dilakukan secara adil dan sesuai berdasarkan hukum yang berlaku. Skala pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR) digunakan dalam studi ini, guna mengetahui perusahaan melakukan perilaku agresivitas pajak atau tidak. Menurut Richardson & Lanis (2007), pada penelitian terdahulu banyak yang menggunakan skala

ETR sebagai proksi agresivitas pajak. Karena proksi ETR dinilai menjadi indikator tingkat agresivitas pajak apabila nilainya mendekati 0 (nol). Semakin kecil nilai ETR yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar juga indikasi perilaku agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Menurut Sandy & Lukviarman (2015), pengukuran nilai ETR dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas menjelaskan sejauh mana kapasitas suatu perusahaan dalam mendapatkan laba yang berkaitan dengan pendapatan, aset, maupun ekuitas yang dimiliki. Laba yang diperoleh dari aktivitas operasional menjadi elemen krusial untuk memastikan keberlangsungan usaha di masa depan. Tingkat keberhasilan perusahaan dapat tercermin dari kapasitasnya untuk bersaing di pasar. Selain itu, profitabilitas juga mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan dan mengelola operasional perusahaan.

Menurut Sutrisno (2009), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya. Sedangkan menurut Stawati (2020), profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) dalam kurun waktu tertentu.

Rasio profitabilitas adalah alat yang sangat penting bagi perusahaan untuk menilai efisiensi operasional dan kesehatan keuangan mereka, serta

untuk mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan. Bagi pihak luar perusahaan, rasio ini digunakan untuk menilai kinerja, risiko, dan potensi pengembalian dari investasi atau pemberian kredit, serta untuk memastikan kepatuhan dan stabilitas pasar.

2.1.4 Leverage

Menurut Irawati (2006), *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Secara garis besar, *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk mengelola aset yang didanai oleh utang, guna mengurangi biaya dan penambahan modal untuk meningkatkan tingkat return.

Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Fahmi, 2015). *Leverage* dianggap dapat membantu menyelamatkan perusahaan dalam kegagalan apabila digunakan secara efektif. Namun juga dapat menyebabkan kebangkrutan apabila dikelola dengan cara yang salah karena perusahaan kesulitan untuk membayar hutang-hutang tersebut. Maka dari itu, sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa banyak hutang yang layak diambil dan memastikan keamanan sumber-sumber yang dipakai untuk membayar hutang tersebut. Rasio *leverage* mengukur seberapa banyak hutang yang digunakan untuk membayar pengeluaran perusahaan. Rasio

leverage juga dapat digunakan untuk menilai seberapa besar risiko keuangan yang diambil suatu perusahaan.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Menurut Riadi (2020), ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, *log size*, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Ukuran perusahaan adalah skala yang menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur dengan besarnya total aset atau harta perusahaan. Semakin besar total aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaannya.

Dewinta & Setiawan (2016) mengatakan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan dianggap sebagai yang mempengaruhi bagaimana suatu perusahaan memenuhi kewajiban perpajakannya dan dapat menyebabkan terjadinya penghindaran pajak, Perusahaan dengan ukuran besar biasanya memiliki sistem pengendalian internal yang lebih kuat dan eksposur publik yang lebih tinggi, sehingga cenderung menghindari risiko yang dapat merusak reputasi perusahaan, termasuk risiko agresivitas pajak. Di sisi lain, perusahaan besar juga memiliki sumber daya dan keahlian untuk melakukan perencanaan pajak yang kompleks.

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 ukuran perusahaan dibagi menjadi empat kategori yaitu:

Tabel 2.1
Kategori Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kategori	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Rp1 M	Rp2 M
Usaha Kecil	>1 M – 5 M	>2 M – 15 M
Usaha Menengah	>5 M – 10 M	>15 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: PP No. 7 Tahun 2021

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan temuan yang bervariasi. Adapun beberapa studi sebelumnya yang mengangkat topik-topik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Meldisthy et al. (2024) meneliti Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023 menggunakan metode kuantitatif. Penelitian memperoleh kesimpulan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sementara *leverage* tidak terbukti berpengaruh.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Masyitah et al. (2022) yang berjudul Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dilakukan pada Perusahaan sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode penelitian: 2016-2020.

Sampel yang diperoleh sebanyak 6 perusahaan, dengan jumlah observasi sebanyak 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

3. Studi yang dilakukan oleh Leksono et al. (2019) meneliti Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI Periode Tahun 2013-2017. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) masing-masing berpengaruh secara negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan secara simultan ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmansyah et al. (2021) yang berjudul Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 7 perusahaan. Hasil penelitian menunjukan bahwa *Leverage* (DAR) dan Profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan Ukuran Perusahaan (SIZE) secara parsial berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

5. Studi yang dilakukan oleh Fitria & Asmarani (2021) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). Dengan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* diperoleh sampel atas 17 perusahaan dengan total data 68 data sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, dan struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Herlinda & Rahmawati (2021) meneliti Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terhitung dari tahun 2016-2019. Teknik Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* memperoleh jumlah sampel sebanyak 28 perusahaan dengan data yang diperoleh sebanyak 112 data. Hasil analisis penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, likuiditas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sedangkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Tabel 2.2
Beberapa Penelitian tentang Agresivitas Pajak

No	Nama Peneliti (Tahun) dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Meldisthy et al., 2024) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Agresivitas Pajak	Ukuran Perusahaan (X1) Profitabilitas (X2) <i>Leverage</i> (X3) Agresivitas Pajak (Y)	Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan <i>leverage</i> tidak terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak
2.	(Masyitah et al., 2022) Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	<i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Agresivitas Pajak (Y)	<i>Leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
3.	(Leksono et al., 2019) Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013-2017	Ukuran Perusahaan (X1) Profitabilitas (X2) Agresivitas Pajak (Y)	Ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) masing-masing berpengaruh secara negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan secara simultan ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
4.	(Rohmansyah et al., 2021) Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur	<i>Leverage</i> (X1) Profitabilitas (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Agresivitas Pajak (Y)	<i>Leverage</i> (DAR) tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, Profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan (SIZE) secara

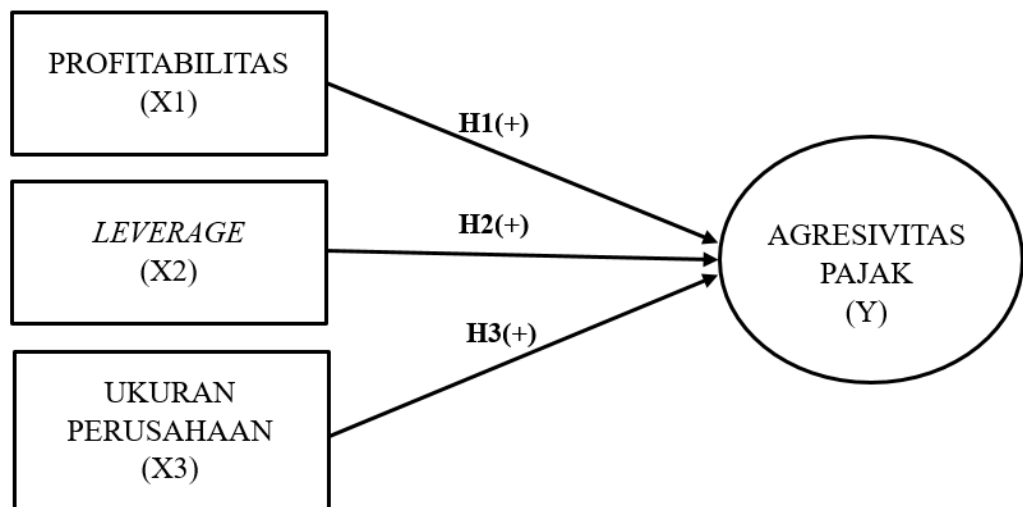
No	Nama Peneliti (Tahun) dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017		parsial berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
5.	(Fitria & Asmarani, 2021) Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)	Profitabilitas (X1), <i>Leverage</i> (X2) Struktur Kepemilikan (X3) Agresivitas Pajak (Y)	Profitabilitas dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak sedangkan Struktur Kepemilikan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
6.	(Herlinda & Rahmawati, 2021) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), <i>Leverage</i> (X3), Ukuran Perusahaan (X4), Agresivitas Pajak (Y)	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, likuiditas dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak

2.3 KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan landasan atau alur logis yang digunakan sebagai pedoman dalam sebuah penelitian atau tulisan, baik yang bersifat ilmiah maupun non-ilmiah. Kerangka ini berfungsi sebagai model konseptual

yang mengaitkan teori, konsep, dan variabel yang dikaji, serta memudahkan peneliti dalam merumuskan permasalahan dan hipotesis penelitian.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak

Profitabilitas menjadi indikator kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasional perusahaan. Dalam pengelolaan kewajiban pajak, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi berpotensi memiliki motivasi yang lebih besar untuk menjalankan praktik agresivitas pajak. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah beban pajak seiring dengan besarnya laba yang diperoleh. Oleh karena itu, pihak manajemen mungkin terdorong untuk menerapkan berbagai strategi perencanaan pajak guna menekan jumlah pajak yang harus dibayar dan menjaga agar laba bersih tetap optimal. Dengan demikian, secara teoritis,

perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih agresif dalam mengelola kewajibannya.

Teori agensi menjelaskan bahwa agen memiliki kepentingan yang dapat berbeda dengan kepentingan pemilik perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pula beban pajak yang harus dibayarkan (Adnyani & Astika, 2019). Sehingga agen cenderung terdorong untuk melakukan agresivitas pajak untuk meminimalkan beban pajak dan mempertahankan laba setelah pajak tetap tinggi. Hal tersebut dilakukan guna kinerja keuangan perusahaan terlihat baik di mata pemilik perusahaan dan investor.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rosadani & Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan tersebut untuk melakukan agresivitas pajak. Sedangkan Christina & Wahyudi (2022) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak perusahaan.

2.4.2 Pengaruh *Leverage* terhadap agresivitas pajak

Leverage yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk lebih agresif dalam pengelolaan pajak. Beban bunga yang mengurangi laba kena

pajak sekaligus tekanan likuiditas dari utang besar membuat perusahaan berusaha mengurangi kewajiban pajak melalui strategi seperti *transfer pricing*, insentif pajak, atau struktur entitas khusus. Langkah-langkah ini membantu perusahaan mempertahankan stabilitas finansial sekaligus memaksimalkan manfaat *leverage*, sehingga *leverage* cenderung berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Teori agensi menjelaskan bahwa konflik kepentingan antara manajer dan pemilik perusahaan dapat dipengaruhi oleh struktur pendanaan perusahaan. Teori agensi menjelaskan bahwa apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi artinya manajer lebih cenderung membiayai aktivitas operasionalnya menggunakan utang dengan tujuan menimbulkan beban bunga, dan beban bunga yang semakin meningkat akan menyebabkan laba perusahaan semakin berkurang (Simanungkalit et al., 2023).

Hasil penelitian Khoirunnissa et al. (2024), menunjukan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya Ketika laba perusahaan meningkat maka kewajiban pajak meningkat sehingga perusahaan akan melakukan agresivitas pajak. Sedangkan penelitian Simanungkalit et al. (2023), menunjukan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, mengindikasikan bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung mengurangi praktik agresivitas pajak.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak perusahaan

2.4.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap agresivitas pajak

Besar kecilnya suatu perusahaan diukur berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Meldisthy et al., 2024). Logisnya, perusahaan besar memiliki skala ekonomi, kompleksitas operasional, dan akses ke sumber daya seperti konsultan pajak terkemuka, yang memungkinkan pengelolaan pajak lebih efisien. Mereka juga dapat memanfaatkan yurisdiksi pajak rendah dan memiliki daya tawar lebih kuat terhadap otoritas pajak, sehingga lebih mungkin melakukan agresivitas pajak.

Teori agensi menjelaskan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka semakin kompleks kegiatan operasional dan struktur organisasinya yang memungkinkan dapat menyusun strategi penghindaran pajak yang agresif namun tetap legal karena memiliki tenaga yang profesional dan memadai. Dengan demikian, semakin besar suatu perusahaan maka besar pula kecenderungan manajemen untuk melakukan agresivitas pajak.

Pada studi terdahulu yang dilakukan oleh Allo et al. (2021), menunjukan bahwa ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Semakin besar suatu Perusahaan cenderung untuk melakukan agresivitas pajak karena didukung oleh kemampuan sumber daya, struktur organisasi dan insentif finansial yang kuat. Berbanding terbalik dengan studi yang dilakukan oleh Antari & Merkusiwati (2022) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Perusahaan