

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency Theory melihat ada bentuk potensi konflik kepentingan antara pihak yang memiliki perusahaan dan pengelola perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976). Teori tersebut menggambarkan masalah yang muncul antara pemangku kepentingan sebagai prinsipal dan manajemen perusahaan.

Konflik dapat terjadi antara perusahaan dan pemerintah dalam proses penghindaran pajak. Asimetri informasi muncul ketika pemerintah sebagai prinsipal menginstruksikan perusahaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai peraturan yang berlaku, sementara perusahaan sebagai agen berusaha untuk meraih kepentingan pribadi dengan cara mengurangi beban pajak, misalnya melalui penghindaran pajak. Tindakan agresif ini dapat menimbulkan risiko bagi perusahaan, seperti menurunnya kepercayaan investor terhadap stabilitas perusahaan, atau jika tindakan tersebut ilegal, perusahaan dapat dikenai denda dan sanksi oleh otoritas pajak. Akibatnya, muncul permasalahan dalam bentuk kepentingan antara perusahaan dan pemerintah dalam pemungutan pajak (Nugroho & Firmansyah, 2018).

2.1.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut O'Donovan (2000), legitimasi organisasi dapat dipahami sebagai suatu bentuk pengakuan atau penerimaan sosial dari masyarakat terhadap suatu organisasi. Legitimasi ini tidak melekat secara otomatis, melainkan sesuatu yang diharapkan, dicari, dan terus diupayakan oleh perusahaan melalui berbagai tindakan dan strategi, termasuk pengungkapan informasi kepada publik. Dengan kata lain, perusahaan berusaha menyesuaikan diri dengan nilai, norma, dan ekspektasi sosial yang berkembang di masyarakat agar aktivitasnya dianggap sah atau dapat diterima secara sosial. Perusahaan memiliki kewajiban sosial menjalankan kegiatan sesuai dengan nilai adil serta pentingnya organisasi dalam merespons berbagai kelompok kepentingan untuk mendapatkan pengakuan atas tindakannya.

Ketika perusahaan dianggap bertindak sesuai dengan standar sosial yang diterima, maka legitimasi sosial akan terbentuk, yang pada gilirannya memberikan ruang bagi perusahaan untuk terus beroperasi, berkembang, dan mempertahankan posisinya dalam lingkungan bisnis. Sebaliknya, apabila terjadi ketidaksesuaian antara tindakan perusahaan dan nilai-nilai masyarakat, legitimasi tersebut bisa terganggu, yang berpotensi menimbulkan tekanan sosial, reputasi buruk, atau bahkan penurunan kinerja perusahaan atau dengan kata lain organisasi sudah melanggar kontrak sosial (Deegan. 2002). Menurut Deegan, Dowling, dan Pfeffer (1975), organisasi berupaya menyelaraskan nilai sosial dengan norma perilaku dalam sistem

sosial tempat mereka beroperasi. Keselarasan ini memberikan legitimasi bagi perusahaan, sementara ketidaksesuaian dapat mengancam legitimasi tersebut.

2.1.1.3 Agresivitas Pajak

Bentuk agresivitas pajak meliputi kombinasi strategi bisnis guna menekan jumlah pajak yang dibayarkan. Tindakan ini dilakukan melalui berbagai pendekatan, baik yang masih berada dalam koridor legal (seperti pemanfaatan celah hukum atau insentif pajak yang tersedia), maupun yang bersifat manipulatif dan melanggar peraturan, seperti penghindaran atau bahkan penggelapan pajak. Perusahaan yang terlibat dalam agresivitas pajak tidak hanya melakukannya akibat ketidakpatuhan terhadap undang-undang perpajakan, tetapi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan ketentuan dalam peraturan pajak untuk menghemat biaya (Ridha, 2014).

Agresivitas pajak mencerminkan upaya perusahaan menekan beban pajak serendah mungkin serta terbagi menjadi penggelapan pajak (ilegal) dan penghindaran pajak (sah). Penggelapan pajak melibatkan tindakan ilegal seperti menyembunyikan pendapatan atau memalsukan laporan keuangan, yang dapat merugikan negara dan menimbulkan konsekuensi hukum. Sedangkan penghindaran pajak memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan yang berlaku, meskipun sah secara teknis. Agresivitas pajak berbeda dari penghindaran pajak, karena agresivitas pajak melibatkan pengurangan pendapatan negara sehingga merugikan pemerintah (Soelistiono & Adi, 2022).

2.1.1.4 Leverage

Menurut Kusumaningjati (2024), Rasio yang menggambarkan nilai aset suatu perusahaan yang diperoleh melalui utang sering disebut sebagai *leverage*. Terdapat beberapa dampak dari nilai *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan. Ketika perusahaan mengambil utang, mereka akan mendapatkan bunga, dan beban pajak pun akan berkurang, yang berarti utang dapat berfungsi sebagai pengurang beban pajak. Jika perusahaan menghasilkan keuntungan yang melebihi tingkat bunga utang, maka utang tersebut dapat dimanfaatkan untuk menambah aset, memenuhi kewajiban yang mana ialah bunga utang, serta hasil dari keuntungan lainnya dapat menjadi keuntungan bagi para pemilik saham. Tujuan perusahaan menggunakan *leverage* adalah untuk mengukur pengaruh utang terhadap pengelolaan aset.

2.1.1.5 Capital Intensity

Intensitas modal (*Capital Intensity*) merujuk pada besarnya investasi perusahaan yang dialokasikan pada aset berwujud, seperti tanah, bangunan, mesin, kendaraan operasional, serta peralatan produksi lainnya yang digunakan secara langsung dalam proses operasional perusahaan. Aset tetap ini menunjukkan sejauh mana perusahaan bergantung pada kekayaan fisik untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Menurut Mustika (2017), ukuran kontribusi aset tetap terhadap total aset perusahaan, yang dapat meningkatkan produktivitas dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba mencerminkan intensitas modal. Fernández (2015)

menjelaskan bahwa perusahaan dapat mengurangi pajak dengan mengalokasikan biaya penyusutan aset tetap, yang kemudian dapat dikurangkan dalam proses penghitungan pajak usaha. *Capital Intensity* penting guna menganalisis struktur modal dan strategi investasi perusahaan, serta menunjukkan sejauh mana perusahaan efisien dalam memanfaatkan modal yang telah diinvestasikan (Commanor dan Wilson, 1967).

2.1.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan Peraturan Nomor 40 Tahun 2007, CSR adalah upaya perusahaan mendukung dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Melalui program CSR, perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap isu-isu sosial, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya sehingga mendapatkan kesan positif di masyarakat (Makhfudloh et al., 2018). Selain menjalankan operasional bisnisnya, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk memberikan kontribusi kepada negara melalui pembayaran pajak. Tindakan ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi nasional (Yunistiyani & Tahar, 2017).

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Melalui rujukan dari berbagai penelitian sebelumnya yang membahas tentang agresivitas pajak dan hal ini digunakan oleh penulis untuk menganalisis variabel-variabel yang memengaruhi agresivitas pajak. Penulis juga tidak menemukan judul penelitian sebelumnya yang identik dengan penelitian penulis. Oleh karena itu, penulis menyertakan enam penelitian

yang sudah ada dari peneliti sebelumnya untuk dapat memberikan relevansi dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1
Penelitian Sebelumnya yang Relevan

No	Judul	Peneliti dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Capital Intensity</i> , <i>Leverage</i> dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak; Studi Kasus Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI 2019-2022	Kawi & Pabulo, 2024	<u>Variabel Independen</u> Ukuran Perusahaan, <i>Capital Intensity</i> , <i>Leverage</i> dan Profitabilitas <u>Variabel Dependen</u> Agresivitas Pajak	○ <i>Leverage</i> tidak banyak berpengaruh terhadap agresivitas pajak ○ Intensitas modal tidak ada hubungannya dengan agresivitas pajak ○ Besar kecilnya suatu usaha tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak ○ Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak
2.	Indikasi Perusahaan BUMN melakukan Penghindaran Pajak	Asturbewa & Oktavia, 2023	<u>Variabel Independen</u> <i>Z-score</i> , <i>Leverage</i> , <i>ROA</i> , <i>Firm Size</i> <u>Variabel Dependen</u> <i>Tax Avoidance</i>	○ <i>Firm Size</i> dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak ○ <i>ROA</i> berpengaruh negatif secara signifikan terhadap penghindaran pajak ○ <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh pada penghindaran pajak ○ <i>Z-Score</i>, <i>Leverage</i>, <i>ROA</i>, dan <i>Firm Size</i> secara bersamaan berdampak pada penghindaran pajak

3.	Pengaruh <i>Leverage, Capital Intensity</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap agresivitas pajak	Soelistiono & Adi, 2022	<u>Variabel Independen</u> <i>Leverage, Capital Intensity</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> <u>Variabel Dependen</u> Agresivitas Pajak	○ <i>Leverage</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak ○ <i>Capital Intensity</i> memberikan pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak ○ CSR memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak
4.	Pengaruh <i>Leverage, Corporate Governance</i> dan Intensitas Modal terhadap agresivitas pajak	Kurniawan <i>et al.</i> , 2021	<u>Variabel Independen</u> <i>Leverage, Corporate Governance</i> dan Intensitas Modal <u>Variabel Dependen</u> Agresivitas Pajak	○ <i>Leverage</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak ○ <i>Corporate Governance</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak ○ Intensitas modal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak
5.	Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan CSR terhadap penghindaran pajak	Juliana <i>et al.</i> , 2020	<u>Variabel Independen</u> Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan dan CSR <u>Variabel Dependen</u> Penghindaran Pajak	○ Intensitas modal tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak ○ Pertumbuhan Penjualan memberikan pengaruh positif terhadap penghindaran pajak ○ CSR memberikan pengaruh positif terhadap penghindaran pajak

6.	Pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, <i>Inventory Intensity</i> , <i>Capital Intensity</i> , dan <i>Leverage</i> pada agresivitas Pajak	Andhari & Sukartha, 2017	<u>Variabel Independen</u> <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, <i>Inventory Intensity</i> , <i>Capital Intensity</i> , dan <i>Leverage</i> <u>Variabel Dependen</u> Agresivitas Pajak	○ <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ○ <i>Capital Intensity</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ○ <i>CSR</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak ○ <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak ○ <i>Inventory Intensity</i> tidak berpengaruh pada agresivitas pajak
----	---	--------------------------	---	---

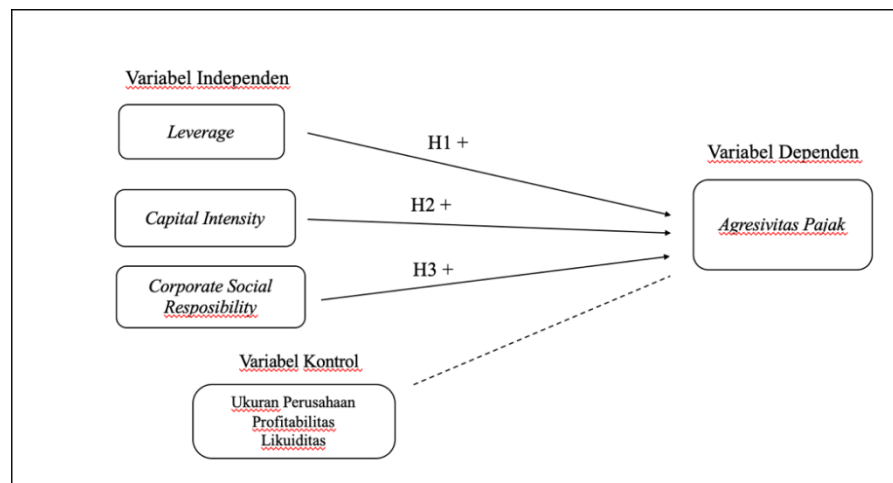
Sumber: Olahan Penulis, 2025

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang melandasi, hasil-hasil penelitian sebelumnya, maka disusun hipotesis penelitian melalui kerangka pemikiran untuk dapat menggambarkan secara konseptual mengenai hubungan setiap variabel. *Leverage* (X1), *Capital Intensity* (X2), dan *Corporate Social Responsibility* (X3) bertindak sebagai variabel independen dalam studi ini. Sementara itu,

agresivitas pajak (Y) berfungsi sebagai variabel dependen. Struktur pemikiran penelitian ini disajikan dalam bentuk diagram.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis, 2025

2.3 Hipotesis

Terdapat tiga faktor atau variabel yang memengaruhi agresivitas pajak, diantaranya:

2.3.1 *Leverage* dan Agresivitas Pajak

Hubungan antara utang, modal, dan aset perusahaan yang dapat digambarkan melalui rasio keuangan disebut sebagai leverage (Asturbewa & Reni, 2023). Penelitian dari Antari dan Merkusiwati (2023) menunjukkan hadirnya relevansi antara manajemen dan pemilik yang mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan dalam menggunakan utang. Pihak *principal* cenderung tidak setuju dengan tambahan pendanaan, sedangkan pihak *agent* justru mendukung penambahan modal melalui pinjaman. Secara tidak

langsung, jika utang perusahaan tinggi, beban bunga juga akan meningkat. Dengan tingginya beban bunga, perusahaan akan lebih mudah dalam mengurangi pengeluaran pajak.

Perusahaan yang memanfaatkan utang untuk memperoleh keuntungan dapat memengaruhi tingkat agresivitas pajak mereka. Biaya bunga yang timbul akibat penggunaan utang merupakan kewajiban finansial dari keputusan pendanaan melalui sumber eksternal. Bisnis menggunakan metode dan tindakan yang dikenal sebagai agresivitas pajak untuk merencanakan kewajiban pajak mereka secara agresif dan menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan (Lemmuel & Sukadana, 2022).

Nurhandono dan Firmansyah (2017) menyatakan *leverage* memengaruhi agresivitas pajak, karena perusahaan memanfaatkan utang untuk menghadirkan bunga dapat dikurangkan dalam perhitungan pajak. Tingginya *leverage* yang dimiliki, semakin besar potensi pengurangan penghasilan kena pajak melalui pengurangan beban bunga, sehingga perusahaan dapat mengurangi kewajiban pajaknya secara legal. Temuan milik A. T. Hidayat dan Fitria (2018), yang menyatakan penggunaan dana eksternal, khususnya yang berasal dari utang, menjadi salah satu strategi perusahaan dalam mengelola struktur modalnya. Perusahaan lebih memilih pendanaan berbasis utang karena selain efisien dari segi biaya, juga memberikan keuntungan pajak berupa penghematan beban pajak melalui mekanisme *deductibility*.

Biaya bunga digunakan untuk mengurangi pajak terutang, menjadikannya langkah agresif dalam pengelolaan pajak. Dengan kata lain,

perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mengalami peningkatan beban bunga, yang menyebabkan pajak yang lebih rendah. Penurunan pajak akibat beban bunga yang tinggi ini membuat perusahaan kurang cenderung untuk melakukan tindakan agresif dalam pengelolaan pajaknya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang muncul adalah:

H₁: Leverage berpengaruh Positif secara signifikan terhadap agresivitas pajak

2.3.2 *Capital Intensity* dan Agresivitas Pajak

Capital intensity merupakan rasio yang mencerminkan tingkat investasi perusahaan dalam aset tetap dan cadangan yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasionalnya. Aset tetap yang dimaksud meliputi tanah, bangunan, mesin, peralatan, serta kendaraan yang umumnya bersifat jangka panjang dan digunakan secara berkelanjutan dalam proses produksi maupun penyediaan jasa. Menurut Nadhifah (2023), tingginya *capital intensity* dapat menjadi salah satu strategi dalam perencanaan pajak karena menghasilkan pengurangan pajak yang sah secara hukum melalui beban depresiasi aset tersebut. Peningkatan aset tetap dalam perusahaan mampu meningkatkan beban depresiasi sehingga bisa mengurangi penghasilan kena pajak (Phandi & Tjun, 2021).

Dalam teori agensi, *capital intensity* memberikan alat bagi manajer untuk melakukan tindakan agresif dalam perpajakan melalui pemanfaatan penyusutan aset tetap. Dalam hal ini, *capital intensity* memberikan alat bagi manajer untuk melakukan tindakan agresif dalam perpajakan melalui

pemanfaatan penyusutan aset tetap. Hal ini menciptakan ketegangan antara kepentingan jangka pendek manajer dan harapan jangka panjang pemegang saham. Penelitian oleh Rosadani dan Wulandari (2023) menemukan bahwa intensitas modal berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Penelitian Sugeng et al. (2020) mengungkapkan bahwa investasi dalam aset tetap memberikan manfaat perpajakan melalui biaya penyusutan yang bisa dikurangkan (*deductible expense*). Selain itu, penelitian Isnanto et al. (2019) menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena beban depresiasi setiap tahunnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang muncul adalah:

***H₂: Capital Intensity* berpengaruh Positif secara signifikan terhadap agresivitas pajak**

2.3.3 Corporate Social Responsibility (CSR) dan Agresivitas Pajak

Pengungkapan CSR menjadi sarana bagi sebuah organisasi untuk menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab, baik terhadap masyarakat maupun seluruh lapisan publik. Semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin positif citra perusahaan di mata publik. Perusahaan yang terlibat dalam praktik agresif pajak biasanya menerapkan strategi yang sangat berisiko untuk mengurangi kewajiban pajak, yang dapat merugikan citra mereka. Sebagai akibatnya, perusahaan cenderung meningkatkan aktivitas CSR untuk menciptakan persepsi positif dan menjaga legitimasi sosial. Dengan demikian, perusahaan yang agresif dalam penghindaran pajak sering kali lebih aktif dalam kegiatan CSR, bukan karena kepedulian, tetapi sebagai

bentuk "kompensasi" untuk melindungi reputasi mereka.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat berdampak positif akan agresivitas pajak, yang dijelaskan melalui teori legitimasi. Teori ini mengemukakan bahwa perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi dari masyarakat dengan memenuhi tuntutan sosial. Dalam upaya memperoleh dukungan dan kepercayaan publik, perusahaan menunjukkan bahwa aktivitas mereka sejalan dengan nilai dan norma sosial yang ada. Namun, dalam beberapa kondisi, perusahaan mungkin memanfaatkan CSR sebagai cara untuk menyembunyikan praktik penghindaran pajak, dengan harapan citra positif yang tercipta dapat mengalihkan perhatian dari agresivitas pajak yang dilakukan.

Soelistiono dan Adi (2022) menemukan perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang tinggi cenderung lebih agresif dalam melakukan penghindaran pajak. Sebagaimana Vitaloka (2023), perusahaan yang aktif mengungkapkan kegiatan CSR mereka sering kali berusaha membangun citra positif di mata publik, yang dapat membantu mereka memperoleh legitimasi dan dukungan sosial. Namun, di balik pengungkapan tersebut, beberapa perusahaan mungkin menggunakan kegiatan CSR sebagai alat untuk menutupi praktik penghindaran pajak yang mereka lakukan. Dengan demikian, meskipun pengungkapan CSR dapat memberikan kesan bahwa perusahaan bertanggung jawab secara sosial, hal ini tidak selalu mencerminkan kejujuran mereka dalam menjalankan kewajiban pajak. Penelitian ini memperlihatkan bahwa

perusahaan dapat mengeksploitasi kegiatan CSR sebagai strategi untuk memanipulasi persepsi publik, sementara tetap menerapkan praktik penghindaran pajak yang agresif yang tertuang dalam hipotesis berikut:

***H₃: Corporate Social Responsibility* berpengaruh Positif secara signifikan terhadap agresivitas pajak**