

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan terjadi ketika satu atau lebih orang (prinsipal) mempekerjakan seorang agen untuk digunakan jasanya dan kemudian memberikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Jensen & Meckling (1976) adalah orang pertama pengembang teori keagenan menggambarkan hubungan keagenan sebagai kumpulan kontrak antara pemilik sumber daya ekonomis sebagai pemberi kewenangan (prinsipal) kepada manajer (agen) sebagai pihak pemegang otoritas untuk mengelola sumber daya tersebut. Agen sebagai penanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan tentu lebih tahu tentang lingkungan dan kapasitas perusahaan secara keseluruhan dibandingkan prinsipal. Perbedaan penerimaan informasi tersebut menimbulkan ketidakseimbangan hubungan prinsipal dan agen dikenal dengan istilah *asymmetric information* (Stremitzer, 2019), memunculkan permasalahan, antara lain:

1. *Moral Hazard*, terjadi ketika agen melanggar kontrak yang disepakati antara prinsipal dan agen. Adanya kegiatan agen yang tidak sesuai dengan harapan prinsipal memungkinkan agen melakukan manipulasi atau melakukan hal yang tidak sesuai dengan norma.
2. *Adverse selection*, terjadi ketika terdapat *missinformation* antara agen dengan prinsipal sehingga timbul kerugian bagi pihak dengan kepemilikan informasi

lebih sedikit. Saat agen menyembunyikan keadaan perusahaan yang sebenarnya mengakibatkan prinsipal tidak yakin tentang informasi yang diterimanya dari agen, sehingga akan menimbulkan kerugian bagi prinsipal maupun perusahaan.

Manajemen memiliki peluang untuk melakukan kecurangan untuk mendapatkan keuntungan yang besar karena sebagai orang yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional perusahaan tentunya memiliki lebih banyak informasi dibandingkan pemilik perusahaan ataupun pemegang saham. Konflik yang muncul antara pemegang saham dengan tim manajemen karena *missinformation* memberikan dampak buruk bagi perusahaan, dikenal dengan istilah *agency problem*. Pemerintah selaku pemungut pajak (fiskus) yang dalam konteks perpajakan bertindak sebagai prinsipal dengan manajemen perusahaan sebagai agen juga turut mengalami *agency problem*. Prinsipal menginginkan pemasukan sebanyak-banyaknya dari pemungut pajak, sementara agen memiliki kepentingan dikenakan tarif pajak yang rendah untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan meminimalkan beban pajak baik melalui cara legal maupun ilegal (Leksono et al., 2019). Upaya agen sebagai pembayar pajak dalam melindungi kepentingannya tersebut merupakan bentuk kesengajaan atau merupakan tindakan agresif.

Agency problem yang timbul dapat diselesaikan melalui biaya yang dikenal sebagai *agency cost* (Hendrastuti & Harahap, 2023). Biaya tersebut timbul karena ada pemisahan kontrol dan kepemilikan. Manajemen terkadang membuat keputusan yang tidak sesuai dengan kepentingan terbaik pemegang saham

(menguntungkan diri sendiri) demi mencerminkan kinerja terbaik dimata pemegang saham, sementara pemegang saham ingin memaksimalkan nilai dari sahamnya dengan cara-cara yang tidak bertentangan dengan hukum. Prinsipal tidak dibebani secara langsung oleh *agency cost* akan tetapi biaya tersebut menjadi elemen pengurang sebelum menghasilkan profit *after tax*. *Agency cost* rendah menguntungkan prinsipal karena profit *after tax* menjadi lebih tinggi sehingga dividen yang dibagikan diharapkan juga lebih tinggi. Jenis *agency cost* antara lain:

1. *Monitoring cost*, biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk mengawasi perilaku agen dapat berupa *audit fee*, *management compensation*, *budget restriction*, dan aturan operasi.
2. *Bonding cost*, biaya yang dikeluarkan agen untuk memberikan jaminan pada prinsipal bahwa keputusan adalah *best interest of the principles* dan tidak akan merugikan prinsipal yang perwujudannya dapat melalui penunjukkan dewan direksi.
3. *Residual loss*, merupakan penurunan tingkat kesejahteraan prinsipal maupun agen karena adanya *agency relationship*.

2.1.2 Agresivitas Pajak

Menurut Frank dalam Evi & Situmorang (2022), segala tindakan yang diupayakan untuk mengurangi *taxable income* melalui cara legal (*tax avoidance*) ataupun secara ilegal (*tax evasion*) dinamakan agresivitas pajak. Perusahaan selaku subjek pajak dan agen kerap mengupayakan penghematan beban pajak dengan tujuan memaksimalkan pencapaian laba sesudah pajak menjadi lebih tinggi karena ada konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Manajer

mengupayakan berbagai semata untuk kepuasan stakeholder, salah satu cara nya dengan meminimalisir perolehan laba sehingga beban pajak dapat dibayar rendah.

Perusahaan melakukan *tax planning activities* sebagai bentuk tindakan agresif terhadap pajak dengan tujuan meminimalkan biaya pajak melalui menggunakan cara sejalan dengan ketentuan perpajakan (*lawful*) melalui *tax avoidance* atau dengan cara melanggar peraturan perpajakan (*unlawful*) melalui *tax evasion* yang semata-mata dilakukan untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Leksono et al., 2019). Perusahaan dapat menghindari pajak dengan memanfaatkan kelemahan undang-undang (*tax avoidance*) tanpa melanggar peraturan berlaku untuk memperkecil pajak yang terutang. Perusahaan juga dapat menghindari pajak dengan melakukan penggelapan sehingga jumlah pajak terutang berkurang atau sama sekali tidak membayar pajak (*tax evasion*). Perencanaan pajak yang berlebihan mengakibatkan sikap agresif terhadap pajak, sikap agresif ini merujuk pada beragam strategi perencanaan pajak yang diterapkan perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajaknya.

Manfaat yang diperoleh dengan agresivitas pajak mampu mengurangi pembayaran pajak sehingga keuntungan bagi pemilik terjadi peningkatan. Keuntungan ini dapat digunakan perusahaan untuk mendanai investasi dan meningkatkan laba di masa depan (Khan & Nuryanah, 2023). Agresivitas pajak juga berisiko mendatangkan kerugian bagi perusahaan, seperti kemungkinan sanksi denda dari otoritas pajak dan penurunan harga saham karena pandangan negatif investor setelah mengetahui praktik pajak perusahaan yang agresif. Menurut Alkausar et al. (2020) upaya agresif terhadap pajak mengancam penerimaan negara

dikarenakan pajak menjadi sumber penopang penerimaan negara. Strategi yang biasa dilakukan perusahaan dalam agresivitas pajak antara lain memanfaatkan celah undang-undang pajak, menunda pembayaran pajak, melakukan *transfer pricing*, serta rekayasa laporan keuangan untuk meminimalkan laba kena pajak. Kebijakan perpajakan yang lebih ketat serta pengawasan yang lebih intensif oleh otoritas pajak diperlukan untuk mencegah praktik agresivitas pajak yang dapat merugikan negara.

Tarif pajak efektif atau *Effective Tax Rate* (ETR) dapat digunakan sebagai alat ukur untuk membuktikan benar atau tidaknya perusahaan melakukan tindakan agresif pajak. Perusahaan dipandang melakukan tindakan agresivitas pajak bila ETR menghasilkan nilai mendekati nol. Rendahnya ETR menunjukkan beban pajak penghasilan tanggungan perusahaan lebih kecil dibanding pendapatan sebelum dikenakan pajak, semakin rendah nilai ETR mencerminkan tingkat agresif perusahaan terkait pajak makin tinggi. Perhitungan ETR membagi pajak riil perusahaan dengan laba komersial sebelum pajak. Besarnya nilai ETR dihitung dengan menggunakan rumus (Jbir et al., 2021):

$$\text{Effective Tax Rate (ETR)} = \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.1.3 Kebijakan Dividen

Kata dividen berasal dari kata latin “*devire*” dengan arti membagi. Dividen diartikan sebagai cara perusahaan membagikan keuntungan kepada investor dan pemegang saham (Triyonowati & Maryam, 2022). Distribusi dividen umumnya dilakukan secara tunai, akan tetapi bisa juga dibagikan dalam bentuk saham atau

properti. Perusahaan menganggap distribusi dividen sebagai bentuk pembayaran, pihak pemegang saham memaknai dividen sebagai perolehan keuntungan atas kepemilikan saham. Penentuan pembagian besaran dividen ditentukan perusahaan RUPS. Jika perusahaan berhasil membukukan laba, investor akan memperoleh dividen sesuai persentase saham yang dimiliki. Pembagian dividen secara konsisten mencerminkan keberhasilan manajemen mengelola bisnis dan menjadi pertanda aliran *cash flow* perusahaan stabil, kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan akan meningkat (Tahu, 2019).

Undang-undang No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas menjelaskan aturan mengenai kebijakan dividen pada pasal 71. Undang-undang menjelaskan bahwa laba bersih perseroan dapat dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen setelah dilakukan penyesisihan dana cadangan wajib yang disyaratkan undang-undang. Pasal 37 UU No.21/2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan menetapkan informasi mengenai kebijakan dividen harus diungkapkan termasuk keterkaitan persentase dividen tunai yang direncanakan dibagikan dengan laba bersih, riwayat pembayara, atau dasar lain dalam pembagian dividen. Pemegang saham harus menyetujui terlebih dahulu jumlah pembayaran dividen dalam proses RUPS tahunan sesuai rekomendasi Direksi Perseroan. Pengambilan keputusan dividen melalui RUPS diharapkan memberikan lebih banyak informasi kepada pemodal tentang penggunaan laba perusahaan. Pengambilan keputusan pembayaran dividen melalui RUPS memberikan transparansi informasi kepada pemodal tentang penggunaan laba perusahaan.

Pendistribusian dividen oleh perusahaan memiliki beberapa bentuk (Tahu, 2019), antara lain:

1. Dividen reguler

Dividen ini disebut juga dividen tradisional, merupakan pendistribusian keuntungan perusahaan kepada pemegang saham secara berkala atau dengan frekuensi tertentu seperti sekali, dua kali, atau bahkan tiga kali dalam setahun. Frekuensi pembayaran ini bergantung pada kebijakan tiap perusahaan. Mayoritas perusahaan di Indonesia, cenderung membayar dividen secara kuartal atau setahun sekali, sebagai upaya untuk menarik minat para investor yang mencari pendapatan tetap untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

2. Dividen spesial

Jenis dividen ini memberikan keuntungan kepada pemegang saham dalam jangka waktu yang tidak memiliki frekuensi tetap, dengan kata lain hanya dilakukan sewaktu-waktu. Misalnya, ketika perusahaan memiliki keuntungan yang besar dan tidak memiliki rencana untuk investasi atau ingin mengubah struktur keuangan.

3. *Cash dividend* (dividen tunai)

Dividen ini diberikan perusahaan kepada pemegang saham dalam bentuk *cash* (uang tunai). Dividen tunai dibayar per lembar saham. Dividen tunai mengurangi ekuitas pemegang saham dan saldo kas perusahaan dengan jumlah yang sama tetapi tidak berdampak pada laporan laba rugi perusahaan, sebaliknya, dividen tunai harus dilaporkan sebagai pembayaran di bagian aktivitas pembiayaan dari laporan arus kas.

4. *Script dividend*

Surat tanda kesediaan perusahaan membayar sejumlah uang tertentu pada pemegang saham sebagai dividen. Sifat dari surat ini berbunga hingga uang tersebut dibayarkan pada yang berhak. Dibuat saat perusahaan tidak memiliki *cash* untuk membayar dividen.

5. Dividen properti

Didistribusikan pada pemegang saham dalam bentuk barang, bukan uang tunai ataupun saham sebagai contoh melalui persediaan. Pembagian dividen ini jauh lebih sulit dibanding dividen tunai.

6. Dividen likuidasi

Sebagian dari dividen ini dimaksudkan untuk pembayaran dividen tunai dan sebagian lagi dimaksudkan untuk pengembalian modal yang diinvestasikan pemegang saham ke perusahaan.

7. *Stock dividend*

Didistribusikan dalam bentuk saham, bentuk saham yang dibagikan dikenal dengan saham bonus. Pemegang saham nantinya memperoleh tambahan jumlah lembar saham setelah menerima *stock dividend*, dapat berupa saham dengan jenis sama ataupun berbeda.

Setiap tahunnya perusahaan memutuskan apakah perolehan keuntungan pada tahun berjalan akan dibagikan kepada investor sebagai dividen atau menahan laba sebagai *retained earnings* untuk pembiayaan usaha masa depan (Solikin & Slamet, 2022). Ketika perusahaan mengumumkan dividen, perusahaan akan mendebit laba ditahan (*retained earnings*) dan mengkredit akun liabilitas yaitu utang dividen.

Ketika tanggal pembayaran, perusahaan mendebit utang dividen dan mengkredit akun kas sesuai jumlah dividen yang dicatat saat tanggal pengumuman. Semakin banyak kas yang keluar untuk pembiayaan dividen akan mengurangi beban pajak perusahaan, dengan demikian perusahaan dengan tingkat kebijakan dividen yang tinggi menandakan perusahaan lebih agresif terhadap pajak. (Erawati & Sularso, 2022).

Pembayaran dividen diukur menggunakan rasio pembayaran yang disebut dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR). DPR akan memberikan gambaran seberapa besar laba yang dimiliki perusahaan sebagai sumber pendanaan (Lienda et al., 2023). Rasio ini menunjukkan perbandingan antara dividen per lembar saham dengan laba per lembar saham yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Dividend Payout Ratio (DPR)} = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

Rumus dividen per lembar saham yaitu:

$$DPS = \frac{\text{Total Dividen}}{\text{Jumlah Lembar Saham yang beredar}}$$

Rumus laba bersih per lembar saham yaitu:

$$EPS = \frac{\text{Total laba bersih}}{\text{Jumlah Lembar Saham yang beredar}}$$

2.1.4 Biaya Audit

Menurut Lestari et al. (2024), biaya audit (*audit fee*) adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh klien kepada Kantor Akuntan Publik (KAP) atas layanan pemeriksaan laporan keuangan. Menurut pasal 1 PP IAPI No.2/2016, biaya audit adalah bentuk penerimaan imbalan oleh akuntan publik dari klien atas penggunaan jasa audit. Besaran fee yang diterima auditor atas layanan diberikan bervariasi tergantung kompleksitas jasa, tingkat keahlian yang diperlukan untuk melaksanakan penugasan, struktur biaya KAP, dan pertimbangan profesional lainnya. Besaran biaya audit yang perusahaan keluarkan terlihat pada laporan tahunan perusahaan bagian auditor eksternal sebagai bagian dari profesi penunjang pasar modal.

Kondisi keuangan dan aktivitas perusahaan tercermin dalam laporan keuangan, untuk itu perusahaan perlu memastikan informasi yang tersaji didalamnya akurat dan dapat dipercaya karena publik dan pihak yang berekepentingan memerlukan kredibilitas informasi tersebut. Penunjukan auditor eksternal diperlukan untuk menjaga netralitas dan kualitas laporan keuangan yang tidak memihak dan bebas dari intervensi manajemen maupun *stakeholder* (Ghifary et al., 2022). Perusahaan ketika menggunakan jasa profesional auditor eksternal dalam naungan KAP, besaran biaya audit yang dikeluarkan akan terdapat perbedaan bergantung pada ukuran perusahaan, besar kecilnya KAP yang digunakan, dan risiko yang dihadapi perusahaan karena KAP menggunakan *risk based audit* dalam menjalankan jasanya.

Auditor eksternal dalam praktik profesionalnya sering menghadapi situasi sulit karena penerimaan tugas yang diperoleh tidak terbatas pada meninjau laporan keuangan dan memberikan rekomendasi, tetapi diupayakan membantu manajemen menemukan celah pajak untuk melakukan agresivitas pajak. Perusahaan yang cenderung agresif perencanaan pajak harus memberikan tambahan biaya audit atas penambahan jasa yang diminta pada auditornya (Assidi & Hussainey, 2020). Biaya audit dalam penelitian ini diproksikan dengan laba bersih yang ditunjukkan untuk mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan laba bersihnya untuk melakukan agresivitas pajak kepada auditor. Merujuk pada penelitian (Ghifary et al., 2022) dan biaya audit diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Audit\ Fee = \frac{Audit\ fee}{Laba\ bersih}$$

2.1.5 Sales Growth

Peningkatan penjualan dari tahun ke tahun yang dikenal sebagai *sales growth*, mencerminkan seberapa besar pertumbuhan penjualan yang dialami perusahaan setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan yang konsisten tidak hanya menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, tetapi juga berdampak pada peningkatan aset dan laba bersih yang diperoleh perusahaan. Seiring dengan bertambahnya aset dan laba, beban pajak yang harus ditanggung perusahaan juga semakin besar karena laba yang lebih tinggi akan dikenakan pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Kondisi ini sering kali mendorong manajemen untuk mencari cara-cara efisien dalam mengelola beban pajak, termasuk melalui praktik penghindaran pajak. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan yang signifikan

dapat menjadi salah satu faktor pendorong perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak secara agresif, agar beban pajak yang meningkat seiring kenaikan laba dapat ditekan dan keuntungan yang diperoleh dapat dioptimalkan.

Waladi et al. (2022) menegaskan bahwa *sales growth* merupakan cerminan keberhasilan perusahaan di masa lalu yang dapat digunakan sebagai dasar untuk memprediksi pertumbuhan penjualan di masa mendatang. Pengukuran pertumbuhan penjualan ini memberikan gambaran mengenai baik atau buruknya kinerja penjualan suatu perusahaan dari waktu ke waktu. Ketika perusahaan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, peluang untuk memperoleh laba yang lebih tinggi juga semakin besar yang secara otomatis akan meningkatkan beban pajak yang harus dibayar. Situasi tersebut dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak, yakni dengan mencari berbagai strategi yang sah maupun secara kreatif memanfaatkan celah regulasi perpajakan, agar beban pajak yang melonjak akibat kenaikan laba dapat ditekan dan profitabilitas perusahaan tetap optimal. *Sales growth* tidak hanya menjadi indikator kinerja keuangan, tetapi juga faktor yang dapat mendorong perilaku agresif dalam pengelolaan pajak perusahaan.

Sales growth diukur menggunakan rasio yang akan memberikan gambaran seberapa besar pertumbuhan pendapatan yang dimiliki perusahaan dari periode sebelumnya. Pengukuran *Sales growth* diperoleh dari membandingkan penjualan akhir periode pada tahun i dikurangi dengan penjualan akhir periode pada tahun sebelumnya, dibagi dengan penjualan akhir periode tahun sebelumnya. Dalam

penelitian (Antari & Merkusiwati, 2022) perhitungan *sales growth* menggunakan rumus berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{sales(t) - sales(t-1)}{sales(t-1)}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, dan Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Agresivitas pajak				
1.	Solikin & Slamet (2022) Pengaruh Koneksi Politik, Struktur Kepemilikan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Agresivitas pajak PKN: Jurnal Pajak dan Keuangan Negara, Vol.3,No.2	X1 = Koneksi politik X2 = Struktur Kepemilikan X3 = Kebijakan Dividen Y = Agresivitas pajak	Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak	- Variabel koneksi politik dan struktur kepemilikan - Sampel yang digunakan adalah perusahaan subsektor jasa konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 dengan total 50 sampel penelitian
2.	Erawati & Sularso (2022) Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Kebijakan Dividen, dan	X1 = Leverage X2 = Profitabilitas X3 = Ukuran Perusahaan X4 = Kebijakan Dividen X5 = <i>Capital Intensity Rasio</i>	Kebijakan dividen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak	- Variabel Leverage, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan <i>Capital Intensity Rasio</i> - Sampel yang digunakan adalah

	<i>Capital Intensity Rasio Terhadap Agresivitas pajak</i> Jurnal Economica Vol.10, N0.1	Y = Agresivitas pajak		perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019 dengan total 44 sampel penelitian
3.	Lienda et al. (2023) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, Struktur Kepemilikan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Agresivitas pajak PIM: Prosiding Pekan Ilmiah Mahasiswa Vol.4, No.1	X1 = Ukuran Perusahaan X2 = <i>Capital Intensity</i> X3 = Struktur Kepemilikan X4 = Kebijakan Dividen Y = Agresivitas pajak	Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak	- Variabel Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, dan Struktur Kepemilikan - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022 dengan total 27 sampel penelitian
Pengaruh Biaya audit Terhadap Agresivitas pajak				
1.	Ghifary et al. (2022) Pengaruh Kualitas Audit, Audit Fee, dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas pajak dengan Komisaris Independen Sebagai	X1 = Kualitas Audit X2 = <i>Audit Fee</i> X3 = Intensitas Modal Y = Agresivitas pajak Z = Komisaris Independen	<i>Audit fee</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak	- Variabel kualitas audit dan intensitas modal - Terdapat variabel moderasi yakni komisaris independen - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor

	Variabel Moderasi <i>Jurnal Syntax Transformation</i> Vol.3, No.7			pertambahan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 dengan total 95 sampel penelitian
2.	Salehi et al. (2020) <i>The Effect of Auditor Characteristics on Tax Avoidance of Iranian Companies</i> <i>Journal of Asian Business and Economic Studies</i> Vol.27, No.2	X1 = Auditor Industry Specialization X2 = Auditor Tenure X3 = Audit Opinion X4 = Audit Fees Y = Tax Avoidance	<i>Fee audit</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	- Variabel <i>Auditor Industry Specialization, Auditor Tenure, dan Audit Opinion</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di <i>Tehran Stock Exchange</i> periode 2011-2016 dengan total 91 sampel penelitian
3.	Marzuki & Syukur (2021) <i>The Effect of Audit Fees, Audit Quality, and Board Ownership on Tax Aggressiveness: Evidence From Thailand</i> <i>Asian Review of Accounting</i> Vol.29 No.5	X1 = Audit Fees X2 = Big 4 Auditor X3 = Board Ownership Y = Tax Aggressiveness	<i>Fee audit</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak	- Variabel <i>Audit Quality, and Board Ownership</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan SET-100 indeks yang terdaftar di <i>Stock Exchange of Thailand</i> periode 2010-2018 dengan total 215 sampel penelitian

4.	Assidi & Hussainey (2020) <i>The Effect of Tax Preparers on Corporate Tax Aggressiveness: Evidence from the UK Context</i> Internasional Journal of Finance & Economics Vol.26 No.2	X1 = <i>Tax Preparers</i> X2 = <i>Tax Fees</i> X3 = <i>Audit fees</i> X4 = <i>Board Size</i> Y = <i>Tax Aggressiveness</i>	<i>Audit fees</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	- Variabel <i>Tax Preparers, Tax Fees</i>, dan <i>Board Size</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar di Finansial Times Stock Exchange (FTSE) 350 yang terdaftar di <i>London Stock Exchange</i> Indeks periode 2006-2016 dengan total 3.762 sampel penelitian
5.	Wibowo & Pratomo (2023) Apakah Kualitas Audit dapat Mempengaruhi Agresivitas pajak? Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Vol.1, No.5	X1 = Ukuran KAP X2 = <i>Audit Tenure</i> X3 = Biaya audit Y = Agresivitas pajak	Biaya audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak	- Variabel Ukuran KAP dan <i>Audit Tenure</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 dengan total 60 sampel penelitian
6.	Kuncoro & Surjandari (2023)	X1 = <i>Audit Fees</i> X2 = <i>Auditor Specialization</i>	Biaya audit tidak berpengaruh terhadap	- Variabel <i>Auditor Specialization, Auditor Tenure</i>,

	<i>The Effect of Audit Fees, Auditor Specialization, Auditor Tenure on Tax Avoidance with Audit Opinion as a Moderating Variable</i> JEFAS: <i>Journal of Economics, Finance and Accountin Studies</i> Vol.5, No.1	X3 = Auditor Tenure Y = Tax Avoidance Z = Audit Opinion	agresivitas pajak	dan Audit Opinion - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 dengan total 116 sampel penelitian
Pengaruh Sales growth Terhadap Agresivitas pajak				
1.	Ramadhani et al. (2020) Pengaruh Hedging, Finansial Lease, dan Sales growth terhadap Agresivitas pajak <i>Journal of Applied Accounting and Taxation</i> Vol.5, No.1	X1 = Hedging X2 = Finansial Lease X3 = Sales growth Y = Agresivitas pajak	Sales growth berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak	- Variabel Hedging dan Finansial Lease - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2018 dengan total 32 sampel penelitian
2.	Nadya & Purnamasari (2020) <i>The Effect of Sales growth and Leverage on Tax Avoidance</i>	X1 = Sales growth X2 = Leverage Y = Tax Avoidance	Sales growth berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	- Variabel Leverage - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar

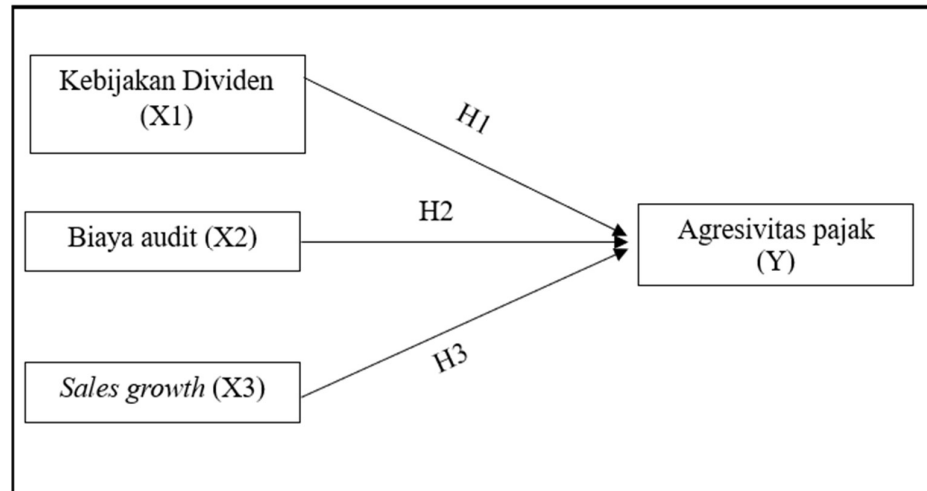
	Jurnal AKSI : Akuntansi dan Sistem Informasi Vol.5, No.2			di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018 dengan total 50 sampel penelitian
3.	Syahrani & Fathoni (2025) <i>The Influence of Sales growth and Capital Intensity on Tax Aggressiveness</i> <i>International Journal of Science and Society</i> Vol.7, No.1	X1 = <i>Sales growth</i> X2 = <i>Capital Intensity</i> Y = <i>Tax Aggressiveness</i>	<i>Sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak	- Variabel <i>Capital Intensity</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 dengan total 125 sampel penelitian
4.	Antari & Merkusiwati (2022) Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Sales growth</i> , dan Agresivitas pajak E-Jurnal Akuntansi Vol.32, No.8	X1 = Ukuran Perusahaan X2 = <i>Leverage</i> X3 = <i>Sales growth</i> Y = Agresivitas pajak	<i>Sales growth</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	- Variabel Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan terindeks LQ- 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 dengan total 35 sampel penelitian
5.	Aisyah et al. (2024)	X1 = <i>Transfer Pricing</i> X2 = <i>Sales growth</i>	<i>Sales growth</i> berpengaruh negatif terhadap	- Variabel <i>Transfer Pricing</i> dan

	<i>Does Transfer Pricing, Sales growth, and Capital Intensity Affect Tax Aggressiveness?</i> Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan Vol.14, No.2	X3 = <i>Capital Intensity</i> Y = <i>Tax Aggressiveness</i>	agresivitas pajak	<i>Capital Intensity</i> - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 dengan total 70 sampel penelitian
6.	Rahmadani & Nuswandari (2023) Determinasi Agresivitas pajak pada Perusahaan Sektor Industri Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Vol.11, No.2	X1 = <i>Leverage</i> X2 = Ukuran Perusahaan X3 = <i>Capital Intensity</i> X4 = <i>Sales growth</i> X5 = Likuiditas Y = Agresivitas pajak	<i>Sales growth</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	- Variabel <i>Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity</i>, dan Likuiditas - Sampel yang digunakan adalah perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020 dengan total 69 sampel penelitian

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian 2025

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1 Kerangka Variabel



Gambar di atas merupakan model penelitian yang menggambarkan hubungan antara tiga variabel independen, yaitu kebijakan dividen (X1), biaya audit (X2), dan *sales growth* (X3), terhadap variabel dependen yaitu agresivitas pajak (Y). Model ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap agresivitas pajak, yang ditunjukkan oleh panah yang mengarah dari X1, X2, dan X3 ke Y. Hubungan tersebut dirumuskan dalam tiga hipotesis, yaitu H1 untuk pengaruh kebijakan dividen terhadap agresivitas pajak, H2 untuk pengaruh biaya audit terhadap agresivitas pajak, dan H3 untuk pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Agresivitas Pajak

Kebijakan dividen merupakan keputusan strategis perusahaan mengenai pengelolaan laba, apakah akan ditahan atau dibagikan kepada pemegang saham

dalam bentuk dividen (Arniwita et al., 2021). Pembayaran dividen yang besar berarti kas keluar perusahaan juga meningkat, sehingga secara langsung dapat mengurangi laba kena pajak dan beban pajak yang harus ditanggung. Namun di sisi lain, perusahaan yang mempertahankan laba (menahan dividen) biasanya memiliki kemampuan mengumpulkan kas yang lebih besar untuk investasi dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, perusahaan dengan kebijakan dividen yang tinggi cenderung menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang lebih besar, karena pembagian dividen dapat menjadi salah satu strategi untuk mengurangi beban pajak secara legal.

Menurut teori keagenan, masalah keagenan (*agency problem*) yang muncul akibat perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen) akan menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Biaya ini meliputi biaya pengawasan yang harus dikeluarkan oleh pemilik untuk memonitor manajemen, biaya yang ditanggung manajemen untuk menjamin kepatuhan terhadap kepentingan pemilik, serta kerugian residual akibat tindakan manajemen yang tidak sepenuhnya selaras dengan tujuan pemilik. Salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk meminimalkan biaya keagenan ini adalah pembayaran dividen. Pembagian dividen secara rutin dapat mengurangi jumlah kas bebas yang dapat digunakan manajemen untuk kepentingan pribadi atau proyek yang tidak menguntungkan, sehingga mengurangi potensi konflik kepentingan antara pemilik dan manajemen.

Penelitian sebelumnya oleh Solikin & Slamet (2022), Erawati & Sularso (2022), dan Lienda et al. (2023) mendukung pandangan bahwa kebijakan dividen

berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Dalam konteks ini, kebijakan dividen tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian biaya keagenan, tetapi juga menjadi faktor yang memotivasi perusahaan dalam melakukan perencanaan pajak secara agresif. Dengan membagikan dividen, perusahaan dapat menurunkan laba yang dikenakan pajak sehingga beban pajak berkurang, sekaligus menjaga kepercayaan pemegang saham melalui distribusi laba yang konsisten.

H1: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap agresivitas pajak

2.4.2 Pengaruh Biaya Audit Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Lestari et al. (2024), biaya audit (*audit fee*) adalah besaran imbalan yang diberikan oleh klien kepada Kantor Akuntan Publik (KAP) atas jasa pemeriksaan laporan keuangan yang dilakukan auditor. Perusahaan harus memastikan bahwa informasi dalam laporan keuangan yang diaudit tersebut akurat dan dapat dipercaya oleh berbagai pihak berkepentingan. Dalam praktiknya, auditor eksternal tidak hanya bertugas memeriksa dan memberikan opini atas laporan keuangan, tetapi juga sering membantu manajemen mengidentifikasi celah-celah perpajakan yang dapat dimanfaatkan untuk strategi agresivitas pajak. Karena kompleksitas tugas ini, auditor yang menghadapi tingkat kesulitan lebih tinggi biasanya mengenakan biaya audit yang lebih besar, sesuai dengan beban kerja dan tanggung jawab yang diembannya.

Menurut teori keagenan masalah keagenan (*agency problem*) yang muncul akibat perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen) akan menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*). Salah satu

bentuk biaya keagenan tersebut adalah biaya audit, yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menggunakan jasa profesional Kantor Akuntan Publik (KAP) sebagai auditor eksternal dalam melakukan pemeriksaan laporan keuangan. Kehadiran auditor eksternal berfungsi sebagai mekanisme pengawasan untuk mengendalikan perilaku agen agar tidak menyimpang dari kepentingan pemilik perusahaan. Penelitian sebelumnya oleh Ghifary et al. (2022), Salehi et al. (2020), Marzuki & Syukur (2021), dan Assidi & Hussainey (2020) menunjukkan semakin besar biaya audit yang dikeluarkan perusahaan kecenderungan perusahaan melakukan perencanaan pajak yang agresif semakin tinggi, biaya audit tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengendalian dalam konteks teori keagenan tetapi juga menjadi faktor signifikan dalam agresivitas pajak perusahaan.

H2: Biaya audit berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

2.4.3 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Agresivitas Pajak

Sales growth merupakan cerminan keberhasilan perusahaan di masa lalu yang dapat digunakan sebagai indikator untuk memprediksi pertumbuhan penjualan di masa mendatang. Pengukuran *sales growth* memberikan gambaran mengenai baik atau buruknya kinerja penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Peningkatan penjualan umumnya memungkinkan perusahaan memperoleh laba yang lebih besar, sehingga berpotensi meningkatkan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Kondisi ini dapat memotivasi manajemen untuk melakukan agresivitas pajak sebagai upaya menekan beban pajak yang meningkat akibat kenaikan laba (Waladi et al., 2022).

Volume penjualan yang besar memberikan peluang bagi perusahaan dalam mendapatkan laba besar, yang secara otomatis meningkatkan beban pajak yang harus ditanggung. Menurut teori keagenan kondisi ini dapat memicu terjadinya masalah keagenan (*agency problem*) antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen). Prinsipal menginginkan reputasi perusahaan baik di mata publik termasuk dalam hal kepatuhan terhadap kewajiban pajak, namun karena perbedaan kepentingan dan informasi yang tidak seimbang, manajemen sebagai agen mungkin terdorong untuk mengambil keputusan yang menguntungkan dirinya sendiri, seperti melakukan agresivitas pajak untuk mengurangi tanggungan beban pajak. Penelitian sebelumnya oleh Ramadhani et al. (2020), Antari & Merkusiwati (2022), Nadya & Purnamasari (2020), Rahmadani & Nuswandari (2023), dan Aisyah et al. (2024) juga meyakini bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, di mana semakin tinggi pertumbuhan penjualan semakin besar kecenderungan perusahaan melakukan pengelolaan pajak secara agresif.

H3 : *Sales growth* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak