

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Tinjauan Pustaka

1.1.1 Definisi dan Fungsi Pajak

Menurut Soemitro dalam Resmi (2017), pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Definisi ini kemudian disempurnakan menjadi, pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*. Menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Jadi ada beberapa kesimpulan yang melekat dalam definisi pajak yaitu (Resmi, 2017):

1. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
2. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

3. Pajak dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun daerah.
4. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, digunakan untuk membiayai *public investment*.

Pajak memiliki dua fungsi yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi *regularend* (Resmi, 2017):

1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair* yang artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan.

2. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan.

Salah satu sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah *self assessment system*, sistem ini merupakan sistem penentuan pajak yang membebaskan penentuan besaran pajak yang perlu dibayarkan oleh wajib pajak yang bersangkutan secara mandiri. Dengan kata lain, wajib pajak merupakan pihak yang berperan aktif dalam menghitung, membayar, dan melaporkan besaran pajaknya ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Peran pemerintah dalam sistem pemungutan pajak ini adalah sebagai pengawas dari wajib pajak. *Self assessment system* ini diterapkan pada jenis pajak pusat seperti PPN dan PPh. Sistem ini merupakan sistem yang cukup rentan akan penyelewengan dan pelanggaran, karena wajib

pajak memiliki wewenang menghitung sendiri besaran pajak terutang yang perlu dibayarkan, maka wajib pajak biasanya akan mengusahakan untuk menyetorkan pajak sekecil mungkin. Hal ini dilakukan karena perusahaan yang dalam hal ini adalah wajib pajak, menganggap pajak sebagai beban yang akan mengurangi total laba yang harusnya diterima perusahaan.

Faktor lain yang menyebabkan dilakukannya tindakan penyelewengan pajak oleh wajib pajak menurut Alfaruqi dkk (2019) adalah masyarakat memiliki paradigma terhadap perpajakan yang menilai bahwa pajak belum dimanfaatkan sebagaimana mestinya, sehingga belum merasakan manfaat dari pajak itu sendiri, artinya paradigma ini meyakini bahwa dalam pemanfaatan pajak masih terdapat kebijakan maupun tindakan entitas pemerintah tertentu yang akhirnya membuat masyarakat ragu untuk sadar dan patuh dalam membayar pajak bahkan sampai kehilangan kepercayaan terhadap pemerintah.

1.1.2 Agresivitas Pajak

Menurut Frank, Lynch, dan Rego dalam Fadli (2016), agresivitas pajak perusahaan adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak baik menggunakan cara yang tergolong secara legal (tax avoidance) atau ilegal (tax evasion). Terjadinya agresivitas pajak disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara si wajib pajak (perusahaan) dengan pemerintah. Pemerintah membutuhkan dana pajak untuk membiayai penyelenggaraan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Sedangkan perusahaan sebagai wajib pajak memandang pajak sebagai biaya tambahan yang harus dikeluarkan perusahaan (Leksono dkk, 2019).

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang umum dan seringkali terjadi saat ini dikalangan perusahaan-perusahaan besar untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan (Leksono dkk, 2019). Tindakan agresivitas pajak ini dapat dilakukan baik secara illegal maupun legal:

1. Tax Avoidance (legal)

Tax avoidance merupakan suatu tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan meringankan beban pajak, biasanya dilakukan dengan mencari dan memanfaatkan kelemahan yang terdapat dalam undang-undang maupun peraturan perpajakan yang ada. Kelemahan tersebut juga biasa disebut dengan *grey area*, yakni celah atau kelonggaran regulasi yang berada antara praktik perencanaan atau perhitungan pajak. Semakin banyak celah yang digunakan perusahaan untuk menghindari pajak maka perusahaan dianggap semakin agresif (Fadli Imam, 2016)..

Menurut *Darusallam* dalam Alfaruqi, Sugiharti dan Cahyadi (2019), Penghindaran pajak (*tax avoidance*) dapat dibedakan menjadi dua skema penghindaran pajak, yaitu penghindaran pajak yang diperkenankan (*acceptable tax avoidance*) dan penghindaran pajak yang tidak diperkenankan (*unacceptable tax avoidance*). Perbedaan antara skema penghindaran pajak yang diperkenankan (*acceptable tax avoidance*) perusahaan terhindar dari pengenaan pajak sesuai dengan maksud dan tujuan dari pembuat undang-undang. Sedangkan untuk penghindaran pajak yang tidak diperkenankan (*unacceptable tax avoidance*) adalah wajib pajak berusaha menciptakan skema transaksi yang bersifat semu dan tidak mempunyai substansi bisnis dengan cara memanfaatkan celah-celah dalam dari peraturan-peraturan yang tidak

sesuai dengan maksud dan tujuan dari peraturan perpajakan, transaksi ini semata-mata bertujuan untuk menghindari pengenaan pajak. Pada dasarnya *tax avoidance* ini mempunyai sifat sah karena tidak melanggar ketentuan perpajakan apapun namun tetap saja memiliki dampak yang cukup merugikan terhadap penerimaan perpajakan suatu negara.

2. *Tax Evasion* (Illegal)

Tax evasion merupakan suatu pelanggaran dalam perpajakan yang dilakukan oleh wajib pajak dengan melakukan skema penggelapan pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan, bahkan beberapa wajib pajak sama sekali tidak membayar pajak terutang yang harus dibayarkan melalui cara-cara yang illegal, misalnya dengan tidak melaporkan sebagian atau seluruh penghasilannya dalam SPT, membebankan biaya-biaya yang tidak seharusnya dijadikan pengurangan dalam penghasilan yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak, serta memperbesar biaya secara fiktif.

Jika wajib pajak diketahui melakukan pelanggaran, maka dapat dikenakan sanksi perpajakan. Sanksi dalam perpajakan terbagi dua, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana (Ginting, Devi, Bariah (2019). Sanksi administrasi mencakup bunga, kenaikan, dan denda. Sedangkan sanksi pidana mencakup pidana penjara, kurungan, dan denda pidana. Dalam konteks pidana yang berhubungan dengan pajak, yang dimaksud dengan pidana perpajakan adalah informasi yang tidak benar mengenai laporan yang terkait dengan pemungutan pajak dengan menyampaikan surat pemberitahuan, tetapi yang isinya tidak benar atau tidak lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak benar

sehingga dapat menimbulkan kerugian pada negara dan kejahatan lain yang diatur dalam undang -undang yang mengatur perpajakan. Ada atau tidaknya tindak pidana dalam perpajakan dimulai dengan dilakukannya pemeriksaan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang kemudian apabila ditemukan adanya bentuk kealpaan, pelanggaran atau kejahatan terhadap pajak itu sendiri, maka akan dilakukanlah proses pemberian sanksi secara administrasi. Kemudian apabila ternyata pemberian sanksi administrasi tersebut dianggap tidak cukup atau wajib pajak menolak melaksanakan sanksi administrasi tersebut, maka dilakukanlah upaya terakhir yaitu sanksi pidana (Ginting, Devi, Bariah (2019).

1.1.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sistem pengolahan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat (Sholekah & Venusita, 2014). Teori legitimasi ini menjelaskan kontrak sosial organisasi dalam masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya (Kuriah dan Asyik, 2016). Teori legitimasi berfokus pada hubungan dua arah antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate*. Dalam teori legitimasi perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat sehingga dapat diterima di lingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa

suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Dewi dan Priyadi, 2013).

Menurut Hidayati dalam Kuriah dan Asyik (2016), Suatu perusahaan harus terus mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan CSR merupakan salah satu alat komunikasi perusahaan terhadap *stakeholder* akan aktivitas perusahaan yang memikirkan aspek sosial dan lingkungannya dalam pengambilan keputusan yang secara langsung akan melegitimasi tindakan perusahaan bahwa aktivitas yang dilakukan selama ini sudah sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Adanya teori legitimasi ini akan memberikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik dimasyarakat maupun dilingkungan tempat beroperasi. Sehingga sesuai dengan teori legitimasi ini, perusahaan sebaiknya meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma dan nilai masyarakat sehingga kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya dapat ditunjukkan dengan ketaatan membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tariff yang berlaku tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak yang dapat merugikan banyak pihak (Mahdi, Ansar dan Kama, 2018)

1.1.4 Teori Stakeholder

Menurut Kuriah dan Asyik (2016), perusahaan adalah entitas yang beroperasi tidak hanya untuk kepentingan bagi perusahaan itu sendiri melainkan juga harus dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terkena dampak tindakan mereka. Teori ini menekankan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari pihak-pihak yang terkait dengan kebijakan dan kegiatan operasi perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Sunaryo (2013) menyatakan bahwa beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan stakeholder yaitu:

1. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
2. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.
3. Investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
4. LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Freedman (dalam Nurcahyono dan Kristiana, 2019) menyatakan bahwa teori stakeholder menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis terletak pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan hubungan yang saling percaya dan saling menghormati dengan berbagai stakeholder, yang meliputi pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat, dan pemerintah.

Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu usaha dan jaminan *going concern*. Pemerintah sebagai regulator merupakan salah satu stakeholder perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemerintah, ketaatan membayar pajak, dan tidak melakukan penghindaran pajak.

Menurut Landolf (dalam Kuriah dan Asyik, 2016) penghindaran pajak merupakan hal yang tidak bertanggung jawab secara sosial, jadi hal ini tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menyebutkan bahwa perusahaan selalu mengusahakan dukungan dari stakeholdernya. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dalam kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang sekiranya akan terkena dampak dari kegiatan operasi perusahaan. Selain tanggung jawab perusahaan kepada shareholder, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, supplier, analis dan lain sebagainya. Menurut Landolf (dalam Oktaviana, 2014) penghindaran pajak merupakan hal yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Hal ini tidak sesuai dengan teori stakeholder yang menyebutkan bahwa perusahaan selalu mengusahakan dukungan dari stakeholdernya. Salah satu wujud perhatian perusahaan kepada stakeholder adalah dengan taat membayar pajak kepada pemerintah tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak.

Dalam teori stakeholder pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Penerapan CSR yang dilakukan

oleh perusahaan sebagai bentuk konsistensi perusahaan dalam memperhatikan kepentingan para *Stakeholder*, dan diharapkan mampu menjaga stabilitas perusahaan untuk jangka panjang sehingga mutlak CSR harus dilakukan apabila perusahaan ingin eksis untuk waktu yang lama.

1.1.5 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berkelanjutan atas berbagai aktivitas perusahaan yang tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, namun juga memberi kontribusi positif kepada masyarakat setempat atau masyarakat luas (Dewi dan Priyadi, 2013). Tanggung jawab sosial atau CSR merupakan salah satu bentuk interaksi perusahaan dengan masyarakat yang bertujuan untuk memperoleh pandangan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Menurut Fontaine (2013), CSR dilakukan bukan hanya untuk kepentingan pelanggan dan investor, namun hal tersebut dilakukan juga untuk kepentingan karyawan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat luas. Perusahaan diharapkan dapat mengelola ekonomi, sosial, dan dampak lingkungan dengan melaksanakan CSR tersebut sehingga dapat memaksimalkan manfaat yang didapat dan meminimalkan kerugian.

Menurut Gray dkk (dalam Nurcahyono dan Kristiana, 2019) Pengungkapan CSR adalah bentuk pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan atau sosial tempat perusahaan tersebut berada. Pengungkapan tersebut dilakukan secara transparan dan terbuka dengan memperhatikan nilai-nilai moral yang berlaku. Pengungkapan CSR adalah sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan informasi kepada stakeholder dan untuk tujuan akuntabilitas perusahaan.

Menurut Setianingrum (2015), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu:

a. Profit

Dengan diperolehnya profit, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

b. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian pada lingkungan yang ada di sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut ambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana, perusahaan tidak hanya sekedar memberikan bantuan pada korban bencana, tetapi juga turut berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

c. Sosial dan masyarakat

Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar disekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut

memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Shidharta dalam Gantino (2016) menjelaskan bahwa dalam teori *stakeholder* pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk konsistensi perusahaan dalam memperhatikan kepentingan para *stakeholder*, dan diharapkan mampu menjaga stabilitas perusahaan untuk jangka panjang sehingga mutlak CSR harus dilakukan apabila perusahaan ingin eksis untuk jangka waktu yang lama. Dalam kaitannya dengan agresivitas pajak, sebuah perusahaan yang terlibat dalam tingginya kebijakan agresivitas pajak, secara sosial tidak akan mempertanggungjawabkannya kepada publik. Keputusan perusahaan mengenai sejauh mana perusahaan berkeinginan untuk mengurangi kewajiban pajaknya secara sah dipengaruhi oleh sikapnya terhadap CSR, sebagai tambahan pertimbangan legalitas dan etika yang lebih mendasar (Lanis and Richardson, 2012).

1.1.6 Likuiditas

Fadli Imam (2016) mendefinisikan likuiditas sebagai kepemilikan sumber dana yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan kewajiban yang akan jatuh tempo serta kemampuan untuk membeli dan menjual aset dengan cepat. Likuiditas juga dapat digunakan sebagai indikator untuk

melihat terjadinya alat-alat *likuid* yang meliputi: kas, piutang, persediaan dan surat-surat berharga di dalam perusahaan yang menjamin tersedianya dana dalam membiayai operasional perusahaan sehari-hari. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya, yang menandakan bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang sehat. Jika perusahaan dapat memenuhi kewajibannya maka perusahaan dinilai sebagai perusahaan yang likuid.

Tingkat likuiditas sangat mempengaruhi keberhasilan dan kelancaran suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya atau dengan kata lain tingkat likuiditas sangat menentukan dalam rangka menjaga dan menjamin eksistensi perusahaan. Sehingga tingkat likuiditas tertentu suatu perusahaan harus dapat dipertahankan agar dapat menjamin kelancaran pengelolaan perusahaan. Perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya, yang menandakan bahwa perusahaan dalam kondisi keuangan yang sehat. Suyanto dan Supramono (2012) menemukan bahwa, bagi perusahaan manufaktur memperhatikan likuiditas adalah sangat penting. Likuiditas yang terlalu tinggi menggambarkan tingginya uang tunai yang mengatur sehingga dianggap kurang produktif. Jika likuiditas terlalu rendah maka akan mengurangi tingkat kepercayaan kreditor terhadap perusahaan-perusahaan manufaktur, sehingga penting untuk saling menjaga tingkat likuiditas pada tingkat tertentu. Selain itu, Siahaan (dalam Suyanto dan Supramono, 2012) menyatakan perusahaan yang memiliki likuiditas rendah akan tidak taat terhadap pajak guna mempertahankan arus kas perusahaan dari pada harus membayar pajak.

1.1.7 *Leverage*

Menurut Keown dalam Fadli Imam (2016), leverage didefinisikan sebagai penggunaan sumber dan yang memiliki beban tetap (fixed rate of return) dengan harapan memberikan keuntungan yang lebih besar dari pada biaya tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan. *Leverage* merupakan salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan, atau menunjukkan sejauh mana aset perusahaan telah dibiayai oleh penggunaan hutang dan memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tidak tertagihnya suatu hutang. *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan hutang perusahaan.

Menurut Darmawan (2014), Penggunaan leverage dapat meningkatkan laba untuk pemegang saham. Sebaliknya leverage juga dapat menambah risiko keuntungan, sebab jika perusahaan ternyata memperoleh laba lebih kecil dari beban tetapnya maka penggunaan leverage akan mengurangi laba yang akan diperoleh pemegang saham. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya, sehingga mengidentifikasi risiko perusahaan yang tinggi pula, kreditor sering memperhatikan besarnya risiko ini. Namun dengan tingkat laba yang tinggi (stabil) maka risiko perusahaan akan kecil. Sedangkan untuk perusahaan dengan tingkat leverage yang lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri, sehingga risiko dari perusahaan juga lebih kecil.

Financial Leverage diprosikan dengan *debt to total asset* yang diperoleh melalui total utang dibagi dengan total aktiva. Rasio *Leverage*

merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik perusahaan dengan dana yang berasal dari kreditor perusahaan. Rasio ini menunjukkan risiko finansial yang dihadapi perusahaan. Dengan adanya komponen modal yang berasal dari hutang, maka pemilik akan memperoleh manfaat berupa keuntungan yang diperoleh dari penambahan modal, tetapi disisi lain pemilik harus membayar bunga hutang. Jika perusahaan memperoleh hasil yang lebih besar dari dana yang dipinjam daripada jumlah yang harus dibayar sebagai bunga, maka hasil pengembalian untuk para pemilik akan meningkat. Pembiayaan dengan utang atau leverage keuangan menurut Brigham dan Houston (dalam Kurniawati, 2013) memiliki tiga implikasi penting, yaitu:

1. Memperoleh dana melalui utang membuat pemegang saham dapat mempertahankan pengembalian atas perusahaan dengan investasi yang terbatas.
2. Kreditur melihat ekuitas atau dana yang disetor pemilik untuk memberikan margin pengaman, sehingga jika pemegang saham hanya memberikan sebagian kecil dari total pembiayaan, maka resiko perusahaan sebagian besar ada pada kreditur.
3. Jika perusahaan memperoleh pengembalian yang lebih besar atas investasi yang dibiayai dengan dana pinjaman dibanding pembayaran bunga, maka pengembalian atas modal pemilik akan lebih besar.

Perusahaan yang menggunakan hutang akan menanggung adanya bunga yang harus dibayar. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 huruf angka 3 UU No. 36 Tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expens*) terhadap penghasilan kena pajak, jadi beban bunga ini akan menyebabkan laba kena

pajak perusahaan menjadi berkurang, dan pada akhirnya akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Nilai rasio leverage yang semakin tinggi menunjukkan bahwa perusahaan semakin banyak melakukan pinjaman dan turut berdampak pada timbulnya beban bunga yang semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan dengan nilai rasio leverage yang tinggi cenderung memiliki tingkat agresivitas pajak yang tinggi, yang diketahui dari rendahnya nilai effective tax rate, yang berarti memiliki hubungan positif (Indrajati, Djumena dan Yuniarwati, 2017).

1.1.8 Profitabilitas

Profitabilitas suatu perusahaan menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Maharani dan Suardana, 2014). Profitabilitas merupakan hasil kinerja keuangan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari manajemen aktiva perusahaan yang dikenal sebagai *Return On Asset (ROA)*. ROA yang positif akan memberikan laba bagi perusahaan, sedangkan ROA yang negatif mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan kurang baik atau sangat buruk, ROA dinyatakan dalam bentuk presentase, semakin besar presentase ROA maka semakin baik kinerja perusahaan. Semakin mendekati nilai nol presentase ROA maka semakin buruk kinerja perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan semakin tinggi pula laba perusahaan (Mahdi dkk, 2018).

Return on assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, maka dapat diketahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini

juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan. Analisis *return on assets* dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh/komprehensif. *Return On Assets* adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aset yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan asetnya dalam kegiatan operasional perusahaan.

Analisis rasio keuangan perusahaan pada dasarnya dapat dilakukan dengan dua macam cara perbandingan, yaitu:

1. Membandingkan rasio satu tahun dengan rasio-rasio tahun sebelumnya (rasio historis) atau dengan rasio-rasio yang diperkirakan untuk tahun-tahun yang akan datang dari perusahaan yang sama.

Membandingkan rasio-rasio dari suatu perusahaan (rasio perusahaan) dengan rasio-rasio yang sama dari rata-rata industri. Berdasarkan penjelasan mengenai profitabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan suatu alat ukur untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kaitannya dengan penjualan, aset, dan saham sendiri.

Dalam mengukur profitabilitas terdapat dua tipe yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas, profitabilitas dilihat melalui kaitannya dengan penjualan dan profitabilitas dilihat melalui kaitannya dengan investasi. Besaran pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga

semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka akan semakin besar pula beban pajak yang harus di tanggung (Rodrigues dan Arias, 2012). Dapat diprediksi bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu mentaati pembayaran pajak. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas rendah, tidak akan taat pada pembayaran pajak perusahaan guna untuk mempertahankan aset perusahaan (Mahdi dkk, 2018).

1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil dari penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Djeni Indrajati W, Sandy Djumena, dan Yuniarwati	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI 2013-2015	2016	Likuiditas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak perusahaan, sedangkan leverage,

				capital intensity dan komisaris independen tidak signifikan positif berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
2.	Suriana AR Mahdi, Resmiyanti Ansar, Rizki R. Hi. Kama	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI 2012-2016	2018	Pengungkapan CSR, profitabilitas. dan kepemilikan mayoritas tidak mempengaruhi agresivitas pajak, sedangkan ukuran perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak.
3	Hanik Lailatul	Pengaruh Karakteristik	2016	Ukuran perusahaan dan

	Kuriah dan Nur Fadrijh Asyik	Perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak		<i>Leverage</i> berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak, sementara CSR berpengaruh signifikan dan negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan <i>capital intensity</i> tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak
4.	Ari Wahyu Leksono, Setya Stanto Albertus, dan Rendika	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada	2019	Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

	Vhalery	Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013-2017		Sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
5.	Irvan Tiaras dan Henryanto Wijaya	Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajmen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	2015	Manajemen laba dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sementara untuk likuiditas, leverage, dan proporsi komisaris independen tidak menunjukkan

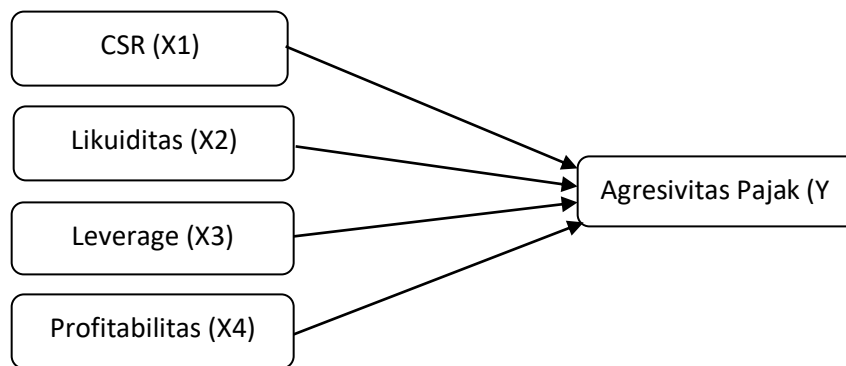
				pengaruh yang signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan
--	--	--	--	--

1.3 Model Konseptual Penelitian

Model konseptual memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep dari penelitian ini. Penyusunan kerangka pemikiran dilakukan atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang telah dikaji penulis pada bagian sebelumnya. Untuk mempermudah pemahaman hipotesis yang telah dibangun dalam penelitian, maka disusun kerangka pemikiran untuk menggambarkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas sebagai variabel independen, serta Agresivitas Pajak sebagai variabel dependen yang akan diuji.

Gambar 2.1

Model Konseptual Penelitian



1.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan-dugaan sementara yang akan diuji secara empiris terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus diuji kebenarannya berdasarkan kajian teoritis penelitian yang relevan dan dari model konseptual diatas dapat ditarik hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak Watson (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial. Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan agresivitas pajak, secara sosial tidak akan mempertanggung jawabkan tanggung jawabnya terhadap publik. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan sebaiknya meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan yang dilakukannya sesuai dengan norma dan nilai masyarakat sehingga kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat. Salah satunya dapat ditunjukkan dengan ketaatan membayar pajak sesuai dengan ketentuan dan tarif yang berlaku tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak yang dapat merugikan banyak pihak.

Hal ini didukung juga dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan dalam kegiatan operasinya harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang sekiranya akan terkena dampak dari kegiatan operasi perusahaan. Selain tanggung jawab perusahaan terhadap shareholder, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat, pemerintah, konsumen, supplier, dan pihak lainnya. Salah

satu wujud perhatian perusahaan kepada stakeholder adalah dengan taat membayar pajak tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak.

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradyanari dan Rohman (2016) yang menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dapat dibuat sebagai berikut

H₁ : CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

1.4.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan

Likuiditas merupakan alat yang digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan atas kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, dengan cara membandingkan aktiva lancar perusahaan dengan kewajiban lancar perusahaan yang tercantum pada neraca perusahaan pada periode tertentu. Tingkat likuiditas sangat mempengaruhi keberhasilan dan kelancaran suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya atau dengan kata lain tingkat likuiditas sangat menentukan dalam rangka menjaga dan menjamin eksistensi perusahaan. Suyanto dan Supramono (2012) menemukan adanya pengaruh likuiditas terhadap tingkat agresivitas pajak. Semakin tinggi rasio likuiditas perusahaan menandakan perusahaan tersebut dalam keadaan yang sehat. Perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi akan memiliki kenaikan modal (aktiva bersih) yang tinggi. Dengan tingkat aktiva bersih yang tinggi, perusahaan dapat menggunakannya untuk meningkatkan aktiva lancar yang dimilikinya (Yusriwati,2012). Semakin tingginya rasio likuiditas perusahaan maka perusahaan akan semakin berusaha untuk mengalokasikan laba periode berjalan ke periode

selanjutnya dengan alasan tingkat pembayaran pajak yang tinggi apabila perusahaan dalam keadaan yang baik. Semakin tinggi rasio likuiditas perusahaan maka akan berbanding positif dengan tingkat agresivitas pajak perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Djeni dkk (2016) yang menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : Likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

1.4.3 Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2014 dalam Sholekah dan Venusita, 2014). Perusahaan yang menggunakan *leverage* dalam kegiatan operasionalnya akan berusaha menjaga labanya demi keberlangsungan dengan pihak kreditur yang juga merupakan salah satu stakeholder. Perusahaan yang tingkat *leveragenya* tinggi maka akan terikat dengan kepentingan kreditur untuk tetap mempertahankan laba perusahaan dalam kondisi stabil sehingga tidak agresif dalam hal perpajakan.

Suyanto dan Supramono (2012) menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memiliki utang yang tinggi pula. Dalam kaitan dengan pajak, perilaku ini dapat disebabkan oleh karena bunga merupakan beban yang dapat mengurangi pendapatan kena pajak (PKP). Semakin besar utang perusahaan guna menghemat beban pajak maka perusahaan tersebut semakin agresif terhadap pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imam Fadli (2016) yang

menemukan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak, yaitu semakin tingginya leverage didalam suatu perusahaan maka akan semakin tinggi kewajiban yang harus dipenuhi, yang mengakibatkan tingkat agresivitas pajak perusahaan akan semakin meningkat. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut

H₃ : Leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan

1.4.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Paja Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan pengelolaan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan. Untuk mengukur kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan, para stakeholder akan menjadikan laba sebagai indikator. Perusahaan dengan nilai profitabilitas yang bagus diasumsikan tidak akan melakukan tindakan agresivitas pajak karena diasumsikan mampu mengatur pendapatan dan pembayaran pajaknya, selain itu adanya pertimbangan bahwa hal tersebut dapat membuat citra perusahaan menjadi buruk apabila melakukan tindakan tersebut dan perusahaan dengan laba yang stabil juga. Hasil penelitian yang mendukung hipotesis penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Leksono dkk (2017) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, dengan kata lain semakin tinggi profit atau laba yang didapatkan perusahaan semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₄ : Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan