

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

Teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antara variable, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena (Neumen dalam Sugiyono, 2010:52). Landasan teori dalam penelitian ini adalah CSR, *leverage*, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak.

2.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD) atau yang saat ini dinamakan business action for sustainable development (dalam Solihin, 2009:28) mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat luas.

Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan komitmen perseroan dalam upaya ikut berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan maupun lingkungan sekitar.

Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Menurut Wibisono (2007) ada 10 keuntungan yang dapat diperoleh dalam melakukan CSR, yaitu: mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan image perusahaan, layak mendapatkan social license to operate, mereduksi resiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan stakeholder, memperbaiki hubungan dengan regulator (pemerintah), meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Deegan (2002) dalam Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi. Pengungkapan CSR terdapat dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan, laporan sumber daya manusia, dan laporan kesehatan dan keselamatan kerja.

Pelaporan CSR telah dikembangkan atas dasar pendekatan TBL (*Triple Bottom Line*), yang merupakan referensi paling relevan yang dikembangkan oleh Elkington (1997). TBL memberikan pandangan bahwa sebuah perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (Sahla & Aliyah, 2016)

Pengungkapan CSR oleh perusahaan pada umumnya berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Pada tahun 2017 *Global Reporting Initiative* (GRI) meluncurkan *GRI Standards* di Indonesia. Menurut GRI G4 terdapat 91 indikator yang merupakan bagian dari 9 (sembilan) aspek dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan yaitu aspek bahan baku (*material*), aspek energi, aspek air, aspek keanekaragaman hayati, aspek emisi, pencemaran dan limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transport dan aspek lingkungan menyeluruh. Selain dampak lingkungan, dalam GRI juga terdapat dampak ekonomi yang

berhubungan dengan kepentingan stakeholder dan dampak sosial yang mencakup ketenagakerjaan dan hak asasi manusia.

Beberapa teori yang digunakan untuk menjelaskan pengungkapan CSR, yaitu:

1. Teori Legitimasi

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:411), teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Legitimasi ada karena adanya kesesuaian antara kegiatan organisasi dan harapan masyarakat. Perusahaan dikatakan memiliki legitimasi ketika sistem nilai perusahaan selaras dengan sistem nilai kemasyarakatan. Teori legitimasi juga menjelaskan kontrak sosial dengan masyarakat, kelangsungan hidup perusahaan akan terancam jika masyarakat merasa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya.

Dalam teori legitimasi, perusahaan memiliki kontrak atau kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan masyarakat atau lingkungan sekitar, yaitu dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat serta usaha dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan dan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan seringkali melakukan kegiatan penyesuaian melalui program CSR. CSR tidak hanya dilakukan sebagai suatu kewajiban, namun CSR juga dapat memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan yaitu sebagai sarana membangun citra positif dan media promosi bagi perusahaan, walaupun pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama.

2. Teori *Stakeholder*

Menurut Ghazali dan Chariri (2007:413), Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi

untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut.

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada *shareholder* atau pemilik perusahaan melainkan kepada pihak *extern* atau pihak diluar perusahaan yang menunjang kelangsungan operasional perusahaan. Pihak luar yang berperan dalam kelangsungan operasional perusahaan antara lain pemerintah dan lingkungan sosial. Pemerintah memberikan perlindungan kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional usahanya dan perusahaan wajib melakukan imbal balik kepada pemerintah dengan cara pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum. Hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar juga harus terjalin dengan baik agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya tanpa terhalangan oleh nilai, norma ataupun masalah dengan lingkungan sosial disekitarnya. Usaha perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan CSR, baik berupa bantuan fisik maupun materi yang kiranya dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan pembangunan lingkungan di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sosial dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap keadaan sekitar dan bertanggung jawab pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder*. Apabila perusahaan semakin banyak melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya secara publik maka perusahaan tersebut dapat disebut sebagai perusahaan yang peduli pada lingkungan, maka seharusnya perusahaan juga bertanggungjawab pada *stakeholder* lainnya, pemerintah, dengan membayar pajak sesuai ketentuan

perpajakan tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga dana yang terkumpul dari pajak dapat disalurkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional dengan maksimal (Nugraha & Meiranto,2015).

2.1.2 Leverage

Menurut Syamsuddin (2001:89), *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan.

Menurut Fakhruddin (2008:109), *leverage* merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai atau membeli aset-aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari *equity* dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi.

Menurut Sjahrial (2009:147), *leverage* adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Tingkat *financial leverage* perusahaan dapat menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan karena leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah, berarti perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Anita M, 2015).

Pasal 6 ayat (1) huruf a UU No. 36 Tahun 2008 menyebutkan bahwa bunga sebagai bagian dari biaya usaha yang dapat dikurangkan sebagai biaya (*tax deductible*) dalam proses perhitungan PPh Badan. Semakin besar hutang perusahaan maka beban pajak akan menjadi lebih kecil karena

bertambahnya unsur biaya usaha dan pengurangan tersebut sangat berarti bagi perusahaan yang terkena pajak tinggi. Oleh karena itu, semakin tinggi tarif bunga maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penggunaan hutang tersebut.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Mustika (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total asset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Keputusan ketua Bapepam No.Kep.11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan asset (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total asset tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total asset nya diatas seratus milyar. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi pada tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari kemampuan finansial suatu perusahaan, perusahaan yang memiliki aktiva dengan jumlah yang besar dapat disebut dengan perusahaan besar (Anita M, 2015).

Nugraha dan Meiranto (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat.

2.1.4 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak, dan merupakan

penghindaran pajak yang tidak diperkenankan. Hlaing (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun terdapat perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak yaitu dalam kegiatan agresivitas pajak kegiatan perencanaan untuk mengurangi pajak terhutang dilakukan dengan lebih agresive (Jessica & Toly, 2014).

Zuber (2013) dalam Jessica dan Toly (2014) menyatakan di antara penghindaran dan penggelapan pajak, terdapat grey area yang potensial untuk agresivitas. *Grey area* ini ada karena ada *tax shelter* (usaha untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar atas penghasilan saat ini) diluar semua transaksi pajak baik yang diijinkan menurut hukum perpajakan maupun tidak. Tidak ada garis yang jelas di antara penghindaran dan penggelapan pajak karena tidak ada penjelasan yang cukup untuk semua transaksi. Disamping itu, transaksi *agresive* dan pembuatan keputusan dapat berpotensi sebagai penghindaran pajak maupun penggelapan pajak.

Menurut Frank, dkk (2009), suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak (*tax planning*) baik secara legal yang dilakukan dengan penghindaran pajak (*tax avoidance*) maupun illegal yang dilakukan dengan penggelapan pajak (*tax evasion*) disebut dengan agresivitas pajak. Walau tidak semua tindakan yang dilakukan melanggar peraturan, namun semakin banyak celah yang digunakan perusahaan maka perusahaan tersebut dianggap semakin agresif.

Dalam Lanis dan Richardson (2013) jenis umum transaksi agresivitas pajak yaitu penggunaan berlebihan atas utang perusahaan untuk

meminimalisir penghasilan kena pajak dengan mengklaim berlebihan pengurangan pajak untuk beban bunga, penggunaan berlebihan atas kerugian pajak. Transaksi mayoritas yang sering dilakukan dalam agresivitas pajak adalah secara efektif menambah pengurangan pajak (melalui bunga, kerugian pajak, dan biaya R&D) yang dapat digunakan perusahaan untuk mengimbangi penilaian pendapatan, sehingga mengurangi pajak penghasilan dan jumlah pajak terhutang perusahaan.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan digunakan sebagai bahan rujukan dan bahan pertimbangan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan CSR, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap Agresivitas Pajak.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Mustika (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel dependen: agresivitas pajak. Variabel independen: CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> dan Kepemilikan Keluarga.	CSR dan kepemilikan keluarga berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan capital intensity tidak berpengaruh

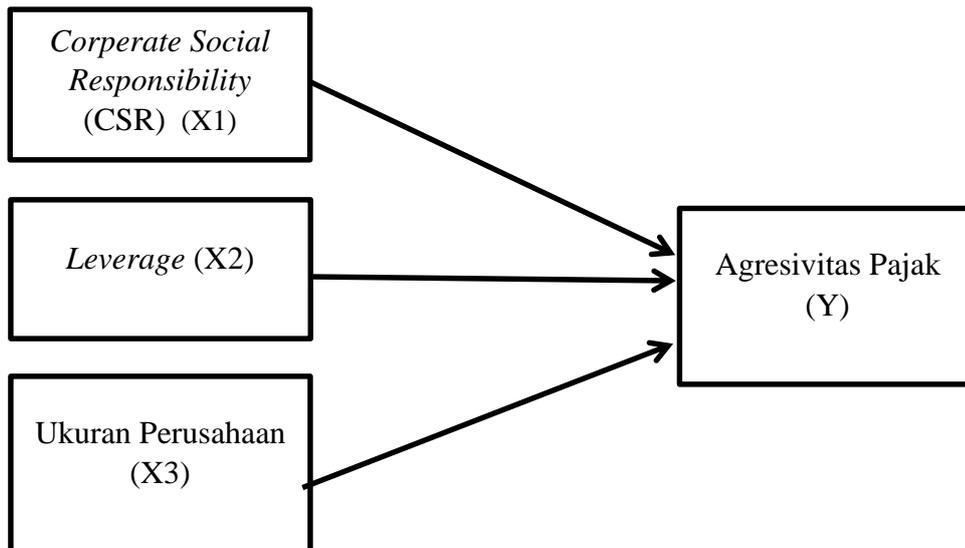
		(Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014)	Menggunakan analisis regresi berganda.	signifikan terhadap agresivitas pajak
2.	Agus Purwanto (2016)	Pengaruh <i>Likuiditas, Leverage,</i> Manajemen Laba, dan Kopersasi Rugi Fiskal terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Pada Perusahaan Pertanian dan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013	Variabel dependen: agresivitas pajak. Variabel independen: <i>Likuiditas, Leverage,</i> Manajemen Laba, dan Kopersasi Rugi Fiskal. Menggunakan <i>multiple linear regression analysis.</i>	variabel likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan, variabel leverage dan manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan, sedangkan variabel kompensasi rugi fiskal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.
3.	Fitri Anita M (2015)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, <i>Leverage,</i> <i>Likuiditas,</i> dan	Variabel dependen: agresivitas pajak (ETR).	CSR, leverage, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, Sedangkan likuiditas berpengaruh

		Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)	Variabel independen: CSR, <i>Leverage</i> , <i>Likuiditas</i> , dan Ukuran Perusahaan. Menggunakan analisis regresi berganda.	terhadap agresivitas pajak.
4.	Novia Bani Nugraha dan Wahyu Meiranto (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan <i>Capital Intensity</i> terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013)	Variabel dependen: agresivitas pajak. Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan <i>Capital Intensity</i> .	CSR dan <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Ukuran perusahaan dan <i>Capital intensity</i> memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap agresivitas perusahaan.

5.	Irvan Tiaras dan Henryanto Wijaya (2015)	Pengaruh <i>Likuiditas, Leverage,</i> Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak	Variabel dependen: agresivitas pajak. Variabel independen: <i>Likuiditas, Leverage,</i> Manajemen Laba, Komisaris Independen dan Ukuran Perusahaan. Menggunakan analisis regresi berganda.	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.
6.	Roman Lanis dan Grant Richards (2012)	<i>Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis</i>	Variabel dependen: agresivitas pajak(ETR). Variabel independen: CSR. Menggunakan analisis regresi Tobit.	memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

2.3 Model Konseptual Penelitian

Gambar 1
Model Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak

Perusahaan merupakan wajib pajak badan yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dengan membayar pajak, perusahaan telah berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna kesejahteraan masyarakat luas. Apabila perusahaan menghindari kewajiban perpajakannya, meskipun tidak melanggar hukum, tindakan tersebut dirasa tidak adil bagi masyarakat dan hanya akan merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan diharapkan melihat lingkungan tempat berjalannya usaha yang dapat dipandang sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang membayarkan pajaknya sesuai dengan peraturan pemerintah dianggap sebagai salah satu wujud kegiatan CSR. Nugraha dan Meiranto

(2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dianggap peduli terhadap lingkungan, seperti halnya perusahaan membayar pajak sesuai dengan peraturan.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa jika semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka tindakan agresivitas pajak semakin dihindari oleh perusahaan. Karena perusahaan yang mengungkapkan CSR berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder*, baik melalui kegiatan CSR maupun dengan membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika perusahaan melakukan pengungkapan CSR, perusahaan tersebut cenderung menghindari tindakan agresivitas pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian Mustika (2017) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini didukung dengan penelitian Nugraha dan Meiranto (2015) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah

H1: CSR (X1) berpengaruh terhadap agresivitas pajak (Y)

2.4.2 Pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak

Rasio *leverage* menggambarkan keadaan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dapat melakukan pendanaan untuk menutup kekurangan dana dalam usahanya, salah satu caranya adalah dengan melakukan pinjaman atau utang. Perusahaan dimungkinkan menggunakan hutang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan.

Akan tetapi, hutang akan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) bagi perusahaan yang disebut dengan bunga. Pasal 6 ayat (1) huruf a UU No. 36 Tahun 2008 menyebutkan bahwa bunga sebagai bagian dari biaya usaha

yang dapat dikurangkan sebagai biaya (tax deductible) dalam proses perhitungan PPh Badan. Semakin besar hutang perusahaan maka beban pajak akan menjadi lebih kecil karena bertambahnya unsur biaya usaha dan pengurangan tersebut sangat berarti bagi perusahaan yang terkena pajak tinggi. Oleh karena itu, semakin tinggi tarif bunga maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penggunaan hutang tersebut (Purwanto,2016). Lanis dan Richardson (2007) juga menyebutkan hubungan yang negative antara *leverage* dan ETR, namun keadaan ini dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memanipulasi besarnya biaya bunga agar laba yang diperoleh semakin kecil dan beban pajak yang ditanggung semakin kecil pula.

Dari pernyataan tersebut, dapat dikaitkan hubungan antara *leverage* dengan agresivitas pajak. Perusahaan dapat melakukan pinjaman hutang yang dapat membantu kegiatan operasional dan investasi perusahaan, dan dapat memanfaatkan keadaan ini dengan mengambil keuntungan dari berkurangnya laba karena biaya bunga dari pinjaman tersebut diakui pajak dapat mengurangi laba kena pajak (laba fiskal). Hal ini sejalan dengan penelitian Purwanto (2016) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah

H2: Leverage (X2) berpengaruh terhadap agresivitas pajak (Y)

2.4.3 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya aset yang dimiliki perusahaan tersebut, semakin besar aset yang dimiliki diharapkan semakin meningkatkan produktifitas perusahaan. Peningkatan produktifitas akan menghasilkan laba

yang semakin besar dan tentunya mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayar perusahaan.

Menurut Mustika (2017) ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan, aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun setiap tahunnya aset akan mengalami penyusutan yang dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan sehingga besarnya beban pajak juga akan berkurang seiring dengan penyusutan tersebut.

Beban penyusutan aset tetap diakui oleh pajak dapat mengurangi laba kena pajak (laba fiskal). Perusahaan besar yang memiliki aset yang besar akan mempunyai biaya penyusutan yang besar pula, sehingga dapat mengurangi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan besar juga dianggap mampu membayar jasa konsultan pajak yang dapat melakukan perencanaan pajak sehingga dapat mengalokasikan berbagai biaya yang dapat mengurangi laba perusahaan kena pajak. Hal ini menghindarkan perusahaan dari beban pajak yang lebih besar.

Kamila (2013) dalam Anita M (2015) membuktikan bahwa perusahaan yang cenderung melakukan manajemen pajak adalah perusahaan besar. Alasan yang mendasari dugaan tersebut adalah perusahaan-perusahaan besar pasti mendapat perhatian lebih dari pemerintah atau pihak publik lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tiaras dan Wijaya (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah

H3: Ukuran perusahaan (X3) berpengaruh terhadap agresivitas pajak (Y)