

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Madarina dan Ardiyanto (2019), menunjukkan adanya pengaruh CSR dimensi ekonomi positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Romadhina (2019) menunjukkan beban iklan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor barang dan konsumsi, beban iklan dan intensitas persediaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Rohmansyah dan Fitriana (2020), menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan *firm size* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, komisaris Independen berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Andika dan Kristanto (2020), menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap biaya hutang. Aalin (2018) menunjukkan terdapat pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan agresivitas pajak. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu alat kamufase perusahaan melakukan agresivitas pajak.

Feryansyah *et al.* (2020), menunjukkan manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin manajemen bertindak agresif terhadap laporan keuangan yakni manajemen laba dengan teknik *income decreasing* maka diindikasikan bahwa manajemen bertindak agresif terhadap beban pajak guna menghindari pembayaran pajak yang tinggi. *Good Corporate Governance* tidak memperlemah hubungan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Kebijakan dividen tidak memperkuat hubungan pengaruh manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Karakteristik perusahaan yang dicerminkan melalui profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dikatakan mampu

mengelola sumber daya (asset) yang dimiliki untuk memperoleh profit dimasa mendatang. Semakin besar profit maka perusahaan akan semakin agresif untuk menghindari pajak yang dilihat dari rendahnya nilai *effective tax rate* perusahaan.

Menurut penelitian Muliastari & Hidayat (2020) likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak, komisaris independen berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Dan likuiditas, leverage dan komisaris independen secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Nurdiana (2018) menunjukkan *firm size* dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sementara variabel likuiditas dan *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Riswandari & Bagaskara (2020) menunjukkan bahwa variabel kompensasi eksekutif memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, koneksi politik memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, variabel pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, leverage memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, profitabilitas tidak memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Menurut penelitian Alkausar *et al.* (2020) menunjukkan komisaris independen, komite audit, kualitas audit, leverage, *firm size*, dan profitabilitas secara konsisten berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut Kanagaretman *et al.* (2016) menunjukkan adanya pengaruh media independen terhadap agresivitas pajak perusahaan pada beberapa negara di dunia. Hasil Penelitian Wahab (2017) menemukan hubungan positif dan signifikan antara koneksi politik dan agresivitas pajak perusahaan yang dipengaruhi oleh Tata Kelola Perusahaan. Pangesti *et al.* (2020) menjelaskan bahwa kebijakan utang berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Budiantara *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, dewan direksi berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, komite audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Ogbeide (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Ada hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas pemeriksaan eksternal dengan agresivitas pajak. Leverage signifikan dan memberikan hubungan negatif dengan agresivitas pajak. Beban bunga memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan agresivitas pajak. Sagala dan Ratmono (2015), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak selama tiga tahun pengamatan dan secara simultan *capital intensity*, *inventory intensity* dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Nina & Apollo (2020) menunjukkan komite audit berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan komisaris independen dan corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Fahrani *et al.* (2018) hasil pengujian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh antara variabel kepemilikan terkonsentrasi, ukuran perusahaan, leverage, *capital intensity* dan *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak perusahaan. *Inventory intensity* menunjukkan hasil berpengaruh terhadap agresivitas pajak, ukuran perusahaan dalam penelitian ini dilihat berdasarkan dari besarnya total asset yang dimiliki perusahaan termasuk didalamnya intensitas persediaan (*Inventory intensity*) aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Peningkatan asset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan, sehingga semakin besar ukuran perusahaan dan berdampak pula pada meningkatnya *Inventory Intensity* akan semakin meningkatkan agresivitas pajak perusahaan.

Amalia (2019) agresivitas pajak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa terjadi hubungan searah antara agresivitas pajak dengan manajemen laba sehingga apabila terjadi kenaikan pada agresivitas pajak maka akan terjadi kenaikan pula pada manajemen laba. Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Arizoni *et al.* (2020) menunjukkan bahwa manajemen laba akrual, manajemen laba riil dan *inventory intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Ayem & Setyadi (2019) menunjukkan profitabilitas, ukuran perusahaan, komite audit dan *capital*

intensity berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama terhadap agresivitas pajak. Yuniarti & Astuti (2020) menunjukkan bahwa agresivitas pajak dengan proksi *Book-tax Difference* (BTD) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, agresivitas pajak dengan proksi *Cash Effective Tax Rate* (CETR) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan antara *agent* dan juga *principal*. Fatimah Kris Resitarini (2018) menyatakan hubungan agensi muncul akibat terdapat dua orang atau lebih pihak *principal* mempekerjakan agent untuk memberikan jasa atas kemampuan yang dimilikinya, kemudian pihak *principal* pula mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan tersebut kepada *agent*. Permasalahan muncul sebagai akibat dari sistem kepemilikan perusahaan. Misalnya agen tidak membuat keputusan sesuai dengan apa yang telah disarankan oleh pihak prinsipal atau tidak memenuhi kepentingan prinsipal. Hal tersebut ditandai dengan adanya perbedaan kepentingan dan informasi yang tidak lengkap (*asymetry information*) antara *principal* dan *agent*.

Principal adalah pihak yang memberikan pengawasan, perintah, memberikan penilaian, dan juga memberikan masukan atas kinerja ataupun tugas *agent*. Teori keagenan juga mengimplementasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai pihak agen dan pemilik sebagai prinsipal. Manajemen sebagai agen moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda di dalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki sehingga muncul informasi asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) yang dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (*earning management*) dalam rangka menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* yaitu wewenang yang diberikan oleh pemerintah untuk menghitung dan melaporkan pajak sendiri. Penggunaan *self assesment system* dapat memberikan kesempatan pihak agen untuk menghitung penghasilan kena pajak serendah mungkin sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan serendah mungkin sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan menjadi turun. Hal ini dilakukan oleh pihak agen karena adanya asimetris informasi terhadap pihak prinsipal, dengan melakukan manajemen pajak maka pihak akan memperoleh keuntungan tersendiri yang tidak bisa didapatkan dari kerjasama dengan pihak prinsipal (Muriani, 2019).

Menurut Akbar Sitepu (2020), asimetris informasi antara manajer dan pemilik perusahaan dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

1. *Adverse Selection* mengungkapkan adanya perbedaan informasi yang dimiliki pihak prinsipal dengan pihak agen. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak yang memiliki informasi lebih sedikit. Misalnya agen memanipulasi atau menyembunyikan informasi keadaan perusahaan kepada prinsipal. Akibatnya prinsipal merasa tidak yakin dengan keadaan perusahaan perusahaan yang sesungguhnya jika dibandingkan antara informasi yang diberikan agent dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi prinsipal dan perusahaan.
2. *Moral hazard* mengungkapkan adanya bentuk penyelewengan yang dilakukan oleh agen yang tidak sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang disepakati antara prinsipal dan agen. Hal ini bias disebabkan karena adanya kegiatan agen yang tidak sesuai dengan harapan prinsipal sehingga agen dapat melakukan manipulasi atau tindakan yang tidak sesuai dengan norma. Moral hazard biasanya dilakukan demi keuntungan pribadi bagi agen.

Perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen dapat mempengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak perusahaan. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* memberikan wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Terdapat

beberapa cara untuk mengontrol tindakan agent terkait dengan kegiatan manajemen pajak yang dilakukan, yaitu dengan mengevaluasi hasil laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan dibandingkan dengan tindakan agresivitas pajak yang mungkin dilakukan agent (Akbar Sitepu, 2020). Rasio yang digunakan adalah Manajemen laba.

2.2.2. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan teori yang banyak digunakan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Interaksi tersebut dimaksudkan agar perusahaan mendapatkan pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun lingkungan sekitar demi keberlangsungan hidup perusahaan. Muriani (2019) berpendapat bahwa teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok sosial masyarakat. Teori legitimasi dituntut untuk peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik atau nonfisik. Lebih ringkasnya untuk lebih meningkatkan keberadaan perusahaan, maka dibutuhkan pengungkapan kepada masyarakat melalui *corporate social responsibility* (CSR) mengenai eksistensi pemenuhan dan pengelolaan aspek lingkungan, sosial, etika.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan yang agresif terhadap pajak telah mengungkapkan informasi tambahan yang kaitannya dengan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai upaya untuk menunjukkan jika perusahaan telah memenuhi kewajiban untuk publik (Pradnyadari, 2015).

2.2.3. Pengertian Pajak

Pengertian pajak menurut pasal 1 ayat 1 UU KUP menyebutkan bahwa 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 dan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Agoes dan Trisnawati, 2013:6).

Terdapat bermacam-macam batasan atau definisi tentang “pajak” yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah :

1. Menurut Leroy Beaulieu, Pajak adalah bantuan, baik secara langsung maupun tidak yang dipaksakan oleh kekuasaan publik dari penduduk atau dari barang, untuk menutup belanja pemerintah.
2. Menurut P. J. A. Adriani, Pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.
3. Menurut Prof. Dr. H. Rochmat Soemitro SH, Pajak adalah iuran rakyat kepada Kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Definisi tersebut kemudian dikoreksinya yang berbunyi sebagai berikut: 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.
4. Menurut Ray M. Sommerfeld, Herschel M. Andersen dan Horace R. Brock, Pajak adalah suatu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang ditetapkan lebih dahulu, tanpa mendapat imbalan yang langsung dan proporsional, agar pemerintah dapat melaksanakan tugas-tugasnya untuk menjalankan pemerintahan.

2.2.4. Fungsi Pajak

Beberapa jenis fungsi pajak antara lain sebagai berikut :

1. Fungsi Anggaran (Budgetair)

Sebagai sumber pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Untuk pembiayaan pembangunan, uang dikeluarkan dari tabungan pemerintah yakni penerimaan dalam negeri dikurangi pengeluaran rutin. Tabungan pemerintah

ini dari tahun ke tahun harus ditingkatkan sesuai kebutuhan pembiayaan pembangunan yang semakin meningkat.

2. Fungsi Mengatur (Regulerend)

Pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Contohnya dalam rangka menggiring penanaman modal, baik dalam negeri maupun luar negeri, diberikan berbagai macam fasilitas keringanan pajak. Dalam rangka melindungi produksi dalam negeri, pemerintah menetapkan bea masuk tinggi untuk produk luar negeri.

3. Fungsi Stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan, hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

4. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.2.5. Agresivitas Pajak

Menurut Resitarini (2018) agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir pendapatan kena pajak, sehingga perusahaan tersebut membayarkan pajak yang lebih kecil. Metode yang dilakukan yaitu melalui perencanaan pajak baik secara legal maupun ilegal. Meskipun tidak semua tindakan tersebut melanggar hukum, namun menyebabkan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Tindakan agresif ini muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara Wajib Pajak dan pemerintah, dimana pemerintah ingin mendapatkan pendapatan dengan skala yang cukup besar dari sektor perpajakan. Pendapatan tersebut akan digunakan untuk pembiayaan pengeluaran

negara atau belanja negara. Lain halnya dengan Wajib Pajak yang ingin mendapatkan pendapatan atau laba semaksimal mungkin.

Dalam melakukan agresivitas pajak tersebut tentu terdapat keuntungan ataupun kerugian yang diperoleh perusahaan. Menurut Resitarini (2018) keuntungan perusahaan ketika melakukan agresivitas pajak adalah:

1. Penghematan pajak yang dibayarkan oleh perusahaan, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih sedikit dan kas yang dimilikipun tetap terjaga.
2. Manajemen mendapatkan keuntungan berupa kompensasi yang diberikan oleh pemegang saham atas tindakan agresif meminimalisir pajak yang telah dilakukan.

Adapun kekurangan atau kerugian dari tindakan agresivitas pajak tersebut adalah:

1. Mendapatkan sanksi dari fiskus pajak, yang akan menyebabkan penurunan harga saham diperusahaan.
2. Rusaknya reputasi perusahaan akibat dari audit pajak yang telah dilakukan oleh fiskus.

Menurut Muriani (2019), faktor-faktor yang membuat wajib pajak melakukan tindakan agresivitas pajak adalah sebagai berikut:

1. Besarnya jumlah pajak yang dibayar oleh wajib pajak, semakin besar pajak yang harus dibayar, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak melakukan pelanggaran.
2. Biaya untuk menyuap fiskus, semakin kecil biaya untuk menyuap fiskus, semakin besar kemungkinan untuk melakukan pelanggaran.
3. Kemungkinan untuk terdeteksi, semakin kecil kemungkinan suatu pelanggaran terdeteksi maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran.
4. Besar Sanksi, semakin ringan yang dikenakan terhadap pelanggaran maka, semakin besar kecenderungan wajib pajak melakukan pelanggaran.

2.2.6. Corporate Social Responsibility

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Deegan (2002) 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, laporan kesehatan dan keselamatan kerja.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak Bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat sekitar berupa kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Adanya pengungkapan *CSR* ini merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pemerintah melalui ketaatannya dalam membayar pajak.

Berkaitan dengan hal ini, perusahaan masih beranggapan bahwa dalam pengungkapan *CSR* terdapat dua beban yang harus ditanggung, yaitu beban *CSR* dan beban pajak. Pemerintah harus memastikan kembali bahwa potongan pajak yang diberikan ke perusahaan yang melakukan praktek *CSR* sesuai dengan yang seharusnya. Dalam kewajiban membayar pajak perusahaan mulai melakukan berbagai cara, salah satunya yaitu agresivitas pajak. Bentuk cara dari agresivitas pajak ini seperti me-markup biaya *CSR* perusahaan sehingga mengurangi laba kena pajak yang nantinya akan mempengaruhi nilai pembayaran pajak.

Apabila perusahaan melakukan hal tersebut untuk menghindari pajak, maka perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial dalam melaksanakan kewajibannya terhadap lingkungan. Semakin tinggi pengungkapan *CSR*, maka semakin rendah perusahaan untuk melakukan perilaku agresivitas pajak. Sedangkan semakin rendah pengungkapan *CSR*, maka semakin terindikasi perusahaan melakukan agresivitas pajaknya (Fionasari, 2017).

2.2.7. Capital Intensity

Capital intensity atau yang diartikan sebagai intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan. Keputusan tersebut ditetapkan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. *Capital*

intensity adalah jumlah modal perusahaan yang diinvestasikan pada aktiva tetap perusahaan yang biasanya diukur dengan menggunakan rasio aktiva tetap dibagi dengan penjualan, Kasmir (2017:172). Capital intensity mencerminkan seberapa besar modal yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan.

Rasio ini menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aktiva tetap. Capital intensity ratio dapat menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasio capital intensity maka arus kas masa depan perusahaan akan lebih baik karena tingginya rasio capital intensity menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai ketersediaan kas yang cukup dari hasil penjualan yang dapat digunakan sebagai pendanaan operasional dan penempatan dana pada aktiva tetap. Tetapi hampir semua aktiva tetap yang dimiliki perusahaan mengalami penyusutan dan biaya penyusutan dapat mengurangi jumlah pajak yang dikenakan pada perusahaan.

Capital intensity atau rasio intensity atau intensitas modal merupakan kegiatan investasi perusahaan dalam bentuk aset tetap (Nawang, 2016). Menurut Mustika (2017) capital intensity merupakan seberapa besar proporsi aset tetap dari total aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan meningkatnya aset tetap perusahaan maka akan meningkat juga produktivitas perusahaan sehingga laba juga akan dapat meningkat. Febrianty (2016) mendefinisikan capital intensity adalah sejumlah modal perusahaan yang diinvestasikan pada aktiva tetap yang diukur menggunakan rasio aktiva tetap yang dibagi dengan penjualan. Intensitas modal atau capital intensity merupakan seberapa perusahaan menginvestasikan aset tetapnya. Capital intensity berhubungan dengan investasi dalam bentuk aset tetap, apabila jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan tinggi akan mengakibatkan beban penyusutan tinggi yang secara otomatis akan menyebabkan laba perusahaan turun. Jika laba perusahaan turun maka beban pajak perusahaan akan ikut menurun (Shelly, 2017).

Menurut Kasmir (2017) beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan dari penggunaan rasio aktivitas antara lain:

1. Untuk mengukur beberapa lama penagihan piutang selama satu periode atau beberapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode;
2. Untuk menghitung berapa hari rata-rata penagihan piutang (day of receivable), dimana hasil perhitungan ini menunjukkan jumlah hari (berapa hari) piutang tersebut rata-rata tidak dapat ditagih;
3. Untuk menghitung berapa hari rata-rata sediaan tersimpan dalam gudang;
4. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam suatu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja digunakan (working capital turn over);
5. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam suatu periode;
6. Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

2.2.8 Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajemen perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan cara meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Feryansyah, 2020)

Menurut Scott dalam Nurhandono dan Firmansyah (2017), manajemen laba merupakan campur tangan manajemen dalam menyusun laporan keuangan perusahaan yang ditunjukkan untuk pihak eksternal yaitu dengan cara meratakan, menaikkan, dan menurunkan pelaporan labanya. Manajer dapat menggunakan kelonggaran metode akuntansi, membuat berbagai kebijakan untuk mempercepat dan menunda pendapatan ataupun biaya-biaya agar laba yang didapat perusahaan tersebut terlihat lebih besar atau lebih kecil dari yang diharapkan.

Tingkat manajemen laba yang dilakukan perusahaan akan memengaruhi seberapa besar tindakan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak. Apabila perusahaan tersebut menyajikan laba lebih kecil dari yang seharusnya, maka

besarnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan tersebut juga kecil (Resitarini, 2018).

2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian

Menurut Muriani (2019) *Corporate social responsibility (CSR)* sebagai suatu komitmen keberlanjutan dalam dunia bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, ekonomi dan ekologi, serta untuk meningkatkan kualitas lingkungan yang menjadi stakeholder perusahaan. *CSR* merupakan kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Menurut wikipedia Indonesia mendefinisikan *CSR* sebagai konsep organisasi yang diterapkan perusahaan mengandung tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional. Penelitian yang dilakukan oleh Reminda (2017) *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Capital intensity adalah jumlah modal perusahaan yang diinvestasikan pada aktiva tetap perusahaan yang biasanya diukur dengan menggunakan rasio aktiva tetap dibagi dengan penjualan. *Capital intensity* berkaitan dengan besarnya aktiva tetap yang dimiliki (Muriani, 2019). Aktiva tetap memiliki umur ekonomis yang akan menimbulkan beban penyusutan setiap tahunnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Umilatifah (2018) *Capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Maka penelitian ini mengacu pada penelitian Umilatifah (2018) *Capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Menurut Sitepu (2020) manajemen laba merupakan salah satu motivasi pajak. Pajak menjadi masalah bagi perusahaan karena membayar pajak berkaitan langsung dengan besarnya laba bersih perusahaan. Laba selama ini dijadikan indikator utama keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Manajemen perusahaan lebih mungkin untuk mengurangi jumlah laba yang dilaporkan (*income decreasing*) untuk menurunkan pendapatan kena pajak, sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan atas beban pajak. Menurut Putri (2014) menunjukkan bahwa manajemen laba dijadikan alat bagi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak.

Menurut Sitepu (2020) juga mengemukakan adanya hubungan positif antara *aggressiveness financial reporting* dan *tax reporting aggressiveness*. Jadi, apabila melakukan pelaporan keuangan secara agresif, maka juga dilakukan rekayasa atas laporan pajaknya.

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

- H1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
- H2 : *Capital Intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
- H3 : Manajemen Laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan landasan teori yang sudah dikemukakan berikut ini kerangka konseptual penelitiannya.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

