

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pajak

2.1.1. Definisi Pajak

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2007

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.”

Lalu definisi pajak seperti yang diuraikan oleh Mardiasmo (2018), dapat digambarkan sebagai iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) secara langsung. Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib rakyat kepada negara yang bersifat memaksa dan digunakan untuk kesejahteraan rakyat.

2.1.2. Fungsi Pajak

Menurut Suandy (2016) fungsi pajak dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Fungsi finansial, atau dikenal sebagai peran *budgeter*, adalah untuk memastikan bahwa sebanyak mungkin uang dialokasikan ke kas negara untuk membiayai pengeluaran negara.

2. Fungsi mengatur (*regulated*), yaitu pemanfaatan pajak sebagai alat untuk mengendalikan masyarakat di segala bidang dengan tujuan untuk mencapai hasil tertentu.

2.1.3. Sistem Pemungutan Pajak

Mardiasmo (2018) berpendapat bahwa pemungutan pajak yang tepat harus memenuhi lima kriteria berikut:

1. Adil: Pemungutan pajak harus adil bagi semua wajib pajak, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah. Hal ini dapat dicapai dengan mengenakan tarif pajak yang progresif, sehingga wajib pajak yang berpenghasilan tinggi membayar proporsi yang lebih besar dari pendapatan mereka dalam bentuk pajak.
2. Legal: Pemungutan pajak harus didasarkan pada undang-undang yang berlaku. Hal ini untuk memberikan kepastian hukum bagi wajib pajak dan pemerintah.
3. Ekonomis: Pemungutan pajak seharusnya tidak menghalangi aktivitas ekonomi. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan tarif pajak yang wajar dan sistem pemungutan pajak yang sederhana.
4. Efisien: Pemungutan pajak harus dilakukan secara efisien, sehingga biaya pemungutan pajak tidak melebihi hasil pemungutan pajak.
5. Sederhana: Sistem pemungutan pajak harus sederhana dan mudah dipahami oleh wajib pajak. Hal ini untuk memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.1.4. Hambatan Pemungutan Pajak

Mardiasmo (2018) mengemukakan bahwa hambatan pemungutan pajak dapat dikategorikan menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Perlawanan Pasif: Masyarakat tidak mau membayar pajak karena berbagai faktor, seperti kondisi masyarakat yang kurang memahami pentingnya pajak dan manfaatnya bagi pembangunan negara, sistem pemungutan pajak yang rumit dan sulit dipahami, serta kurangnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap wajib pajak.
2. Perlawanan Aktif: Semua upaya yang dilakukan oleh wajib pajak untuk menghindari pajak, termasuk:
 - a. *Tax Avoidance*, yaitu usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang.
 - b. *Tax Evasion*, yaitu usaha mengurangi beban pajak dengan melanggar undang-undang.

2.2. Agresivitas Pajak

2.2.1. Definisi Agresivitas Pajak

Frank *et al.*, (2009) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai rekayasa yang disengaja atas penghasilan kena pajak melalui penggunaan strategi perencanaan pajak yang legal (*tax avoidance*) dan ilegal (*tax evasion*). *Tax avoidance* merupakan usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar peraturan yang berlaku. Sedangkan *tax evasion* adalah usaha meringankan beban pajak secara ilegal atau dengan melanggar peraturan yang berlaku (Mardiasmo, 2018).

Berdasarkan dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak adalah tindakan perencanaan pajak yang bertujuan untuk meringankan beban pajak, baik secara legal maupun ilegal.

2.2.2. Pengukuran Agresivitas Pajak

Beberapa metode yang umum digunakan untuk mengukur agresivitas pajak melibatkan analisis data keuangan dan praktik perpajakan suatu entitas. Dalam penelitian ini, agresivitas pajak dihitung menggunakan proksi GAAP *Effective Tax Rate*. GAAP ETR memperhitungkan pajak kini dan pajak tangguhan dalam pengukurannya. Menurut Asroni dan Yuyetta (2019), nilai GAAP ETR yang rendah menunjukkan bahwa beban pajak penghasilan perusahaan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. GAAP ETR (*Effective Tax Rate* berdasarkan *Generally Accepted Accounting Principles*) memperhitungkan pajak kini dan pajak tangguhan dalam perhitungannya, sehingga dapat digunakan sebagai indikator agresivitas pajak perusahaan.

Rumus GAAP ETR menurut Hanlon dan Heitzman (2010), yaitu:

$$\text{GAAP ETR} = \frac{\text{beban pajak}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

GAAP ETR digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur agresivitas pajak karena GAAP ETR mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai beban pajak perusahaan dengan mempertimbangkan pajak kini dan pajak tangguhan. Dalam sektor energi dan *basic materials*, perusahaan biasanya berurusan dengan belanja modal yang besar dan pendapatan yang fluktuatif yang dapat mempengaruhi jumlah pajak tangguhan. Dengan menggunakan GAAP

ETR, maka akan dapat mengevaluasi seberapa efektif perusahaan mengelola total kewajiban pajaknya. Dalam sektor energi dan *basic materials* terdapat sejumlah insentif dan pengurangan pajak yang dapat dimanfaatkan, sehingga menggunakan GAAP ETR sebagai ukuran dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan mendalam mengenai praktik perpajakan perusahaan. Semakin tinggi presentase ETR, maka penghindaran pajak yang dilakukan rendah, sebaliknya semakin rendah presentase GAAP ETR, maka penghindaran pajak yang dilakukan tinggi. GAAP ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

2.3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.3.1. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis, tetapi juga memiliki tanggung jawab etis. Perusahaan mengakui bahwa melibatkan diri dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat membentuk kepercayaan, mendapatkan dukungan, dan memunculkan rasa bangga terhadap upaya yang dilakukan oleh perusahaan (Rusdianto, 2013). Definisi CSR menurut Rusdianto (2013):

“komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.”

Lalu Wisanggeni & Suharli (2017) juga berpendapat bahwa CSR adalah konsep di mana organisasi, terutama perusahaan diharapkan untuk bertanggung jawab terhadap semua pihak yang terlibat dalam operasinya. Tanggung jawab ini

mencakup berbagai aspek seperti aspek lingkungan, sosial, serta aspek ekonomi. Oleh karena itu, dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi serta kesejahteraan sosial dan lingkungan, baik bagi karyawan, komunitas lokal, maupun masyarakat secara luas.

2.3.2. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR dapat diukur dengan menggunakan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini diukur dengan menggunakan daftar periksa (*checklist*) yang mengacu pada indikator pengungkapan yang digunakan secara umum di dunia, yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI) 4. Pengukuran ini dilakukan dengan cara mencocokkan item pada daftar periksa dengan item yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Jika item tersebut diungkapkan, maka diberi nilai 1. Jika item tersebut tidak diungkapkan, maka diberi nilai 0. Kemudian setelah menilai setiap elemen, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dihitung menggunakan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*). Rumus CSRDI dalam Putra dkk., (2022):

$$CSRDI = \frac{\sum X}{n}$$

$\sum X$: nilai = 1 jika item y diungkapkan; 0 = jika y tidak diungkapkan

N: jumlah item

2.4. Manajemen Laba

2.4.1. Definisi Manajemen Laba

Penentuan nilai keuntungan dapat dipengaruhi oleh subjektivitas atau "kreativitas" dari yang menyusunnya (Sulistiawan, dkk. 2011). Menurut Sulistyanto (2008), manajemen laba merupakan perilaku oportunis seorang manajer untuk memainkan angka-angka dalam laporan keuangan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Kemudian definisi manajemen laba menurut Tuanakotta (2013) adalah praktik yang umum dilakukan di pasar modal untuk memanipulasi laporan keuangan. Oleh karena itu, definisi manajemen laba dapat disimpulkan sebagai praktik oportunistik manajer untuk memanipulasi laporan keuangan di pasar modal.

2.4.2. Pengukuran Manajemen Laba

Manajemen laba dapat dideteksi dengan mengukur perbedaan antara laba bersih dan aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan. Perbedaan ini disebut *total accruals* yang digunakan sebagai salah satu langkah untuk mendeteksi manajemen laba menggunakan perhitungan *discretionary accruals*. *Discretionary Accruals* merupakan bagian dari *total accruals* yang dapat dimanipulasi oleh manajemen untuk mengatur laba. Semakin tinggi nilai *discretionary accruals* menunjukkan semakin besar upaya manajemen dalam memanipulasi laba akrual yang cenderung diikuti oleh peningkatan agresivitas pajak perusahaan. Hal ini disebabkan oleh manajemen laba melalui *discretionary accruals* dapat digunakan untuk menurunkan laba kena pajak secara akuntansi, sehingga beban pajak yang harus dibayar menjadi lebih kecil.

Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan manajemen laba secara diskresioner cenderung juga melakukan perencanaan pajak agresif untuk meminimalkan pembayaran pajaknya. Nilai *discretionary accruals* positif menunjukkan adanya upaya manajemen untuk meningkatkan laba, sedangkan nilai *discretionary accruals* negatif menunjukkan adanya upaya manajemen untuk menurunkan laba (Sulistiawan, dkk. 2011). Berikut adalah penjelasan tentang cara menghitung model Jones yang telah dimodifikasi (Dechow *et al.*, 1995):

1. Menghitung *Total Accrual* (TAC).

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = *Total Accruals* perusahaan i pada periode ke-t (sekarang);

NI_{it} = Laba bersih perusahaan i pada periode ke-t (sekarang);

CFO_{it} = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode ke-t (sekarang).

2. Mengestimasi *Total Accrual* (TAC) dengan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk mendapatkan koefisien regresi.

$$TA_{it}/A_{it-1} = \beta_1(1/A_{it-1}) + \beta_2(REV_{it} - REV_{it-1}/A_{it-1}) + \beta_3(PPE_{it}/A_{it-1})$$

Keterangan:

TACit = *Total Accruals* perusahaan i pada periode ke t (sekarang);

Ait-1 = Total aset perubahan i pada akhir tahun t-1 (sebelumnya);

REVit = Pendapatan perusahaan i tahun t (sekarang);

REVit-1 = Pendapatan perusahaan i tahun t-1 (sebelumnya);

PPEit = Jumlah aktiva tetap perusahaan i pada akhir tahun t (sekarang).

3. Menghitung *nondiscretionary accruals* (NDA).

$$NDAit = \beta_1(1/Ait-1) + \beta_2((REVit - REVit-1/Ait-1) - (RECit - RECit-1/Ait-1)) + \beta_3(PPEit/Ait-1)$$

Keterangan:

NDAit = *Non-Discretionary Accruals* perusahaan i pada tahun t (sekarang);

Ait-1 = Total aset perubahan i pada akhir tahun t-1 (sebelumnya);

REVit = Pendapatan perusahaan i tahun t (sekarang);

REVit-1 = Pendapatan perusahaan i tahun t-1 (sebelumnya);

RECit = Piutang perusahaan i pada tahun t (sekarang);

RECit-1 = Piutang perusahaan i pada tahun t-1 (sebelumnya);

PPEit = Jumlah aktiva tetap perusahaan i pada akhir tahun t (sekarang).

4. Menghitung *discretionary accruals* (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba.

$$DA_{it} = (TAC_{it}/A_{it-1}) - NDA_{it}$$

Keterangan:

DA_{it} = *Discretionary Accruals* perusahaan i pada tahun t (sekarang);

TAC_{it} = *Total Accruals* perusahaan i pada periode ke t (sekarang);

A_{it-1} = Total aset perusahaan i pada akhir tahun t-1 (sebelumnya);

NDA_{it} = *Non-discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t (sekarang).

2.5. Profitabilitas

2.5.1. Definisi Profitabilitas

Menurut Rusdianto (2013), profitabilitas merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Kasmir (2019) juga mendefinisikan profitabilitas sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang dapat meningkatkan nilai pemegang saham.

2.5.2. Pengukuran Profitabilitas

Kasmir (2019) menyatakan bahwa profitabilitas dapat diukur melalui berbagai jenis rasio, yang terdiri dari delapan kategori utama, seperti *Return on Asset* (ROA), *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Equity* (ROE), *Return On Sales Ratio* (ROS), *Return On Employee* (ROCE),

Return on Investment (ROI), dan *Earning Per Share* (EPS). Dalam penelitian ini, perhitungan profitabilitas akan menggunakan rumus *Return on Asset*. Perhitungan *Return on Asset* (ROA) (Kasmir, 2019):

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Penggunaan *Return on Asset* (ROA) digunakan dalam perhitungan profitabilitas di penelitian ini karena bagi perusahaan sektor energi dan *basic materials*, efektivitas penggunaan aset merupakan hal penting dalam menghasilkan laba. Kedua sektor ini umumnya memiliki struktur aset yang besar, seperti alat berat, infrastruktur pertambangan, dan aset produksi energi, sehingga kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengoptimalkan aset untuk menghasilkan keuntungan menjadi indikator utama kinerja keuangan. Oleh karena itu, ROA dianggap sebagai rasio yang paling relevan dan representatif dalam mengukur profitabilitas perusahaan pada kedua sektor tersebut.

2.6. Kerangka Konseptual

2.6.1. Teori Agensi

Agresivitas Pajak dalam penelitian ini menggunakan *Agency Theory* (teori agensi). Menurut Supriadi (2020) teori agensi adalah teori yang menggambarkan hubungan agensi yang terjadi ketika satu atau lebih pemilik (*principal*) mempercayakan pengelolaan atau operasional bisnis mereka kepada agen (*agent*). Dalam konteks bisnis, hubungan ini berlaku di berbagai sektor, termasuk jasa, perdagangan, dan manufaktur.

Dalam konteks hubungan antara pemerintah dan perusahaan, pemerintah berperan sebagai *principal*, sedangkan perusahaan berperan sebagai *agent*. Pemerintah memiliki kepentingan memungut pajak dari perusahaan untuk membiayai pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan di sisi lain, perusahaan memiliki kepentingan untuk membayar pajak seminimal mungkin. Hal ini karena pajak mengurangi keuntungan perusahaan. Perbedaan kepentingan ini dapat menimbulkan konflik antara pemerintah dan perusahaan. Pemerintah dapat berupaya untuk meningkatkan penerimaan pajak, sedangkan perusahaan dapat berupaya untuk mengurangi kewajibannya (Waskito, 2021).

2.6.2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak

Pengertian CSR menurut Rusdianto (2013), yaitu:

“Komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.”

Walaupun agresivitas pajak dapat diimplementasikan dengan metode yang sesuai dengan hukum maupun yang tidak sesuai dengan hukum, tindakan ini masih dianggap tidak etis karena dapat menyebabkan kerugian bagi negara. Cahyani (2016) menyatakan bahwa tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan dianggap sebagai tindakan yang bertentangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal juga dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Selain itu, CSR perusahaan juga dapat berarti semakin transparannya informasi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan sehingga akan

berdampak pada rendahnya kemungkinan tindakan agresivitas pajak karena perusahaan tidak ingin kehilangan reputasi serta dampak positif dari kegiatan CSR yang telah dilakukan (Putra, dkk. 2022). Perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan yang tinggi diharapkan tidak melakukan agresivitas pajak. Hal ini karena agresivitas pajak dapat menurunkan nilai dan dampak positif CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Cahyani, 2016). Perusahaan yang transparan dan terbuka cenderung lebih patuh terhadap peraturan, termasuk peraturan perpajakan.

CSR juga sejalan dengan teori agensi, dalam konteks CSR dan agresivitas pajak, praktik agresivitas pajak dapat merusak reputasi perusahaan dan mengurangi dampak positif dari kegiatan CSR yang dilakukan, yang pada akhirnya dapat merugikan pemilik. Pemilik berkepentingan untuk memastikan bahwa manajer bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip CSR, karena hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan menciptakan nilai jangka panjang. Untuk itu, pemilik perlu menetapkan mekanisme pengawasan yang kuat untuk memastikan bahwa manajer mematuhi persyaratan hukum dan etika serta bertindak sesuai dengan kepentingan jangka panjang perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya.

2.6.3. Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Sulistyanto (2008), manajemen laba merupakan perilaku oportunis seorang manajer untuk memainkan angka-angka dalam laporan keuangan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Agresivitas pajak dan manajemen

laba memiliki keterkaitan karena keduanya melibatkan tindakan yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan atau nilai perusahaan dengan cara mengelola beban pajak dan laba yang dilaporkan. Semakin tinggi nilai *discretionary accruals* menunjukkan semakin besar upaya manajemen dalam memanipulasi laba akrual yang diikuti oleh peningkatan agresivitas pajak perusahaan. Dengan demikian, adanya praktik manajemen laba dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung terjadinya agresivitas pajak dalam upaya mencapai keuntungan atau tujuan tertentu.

Maydew (1997) dalam Sulistyanto (2008), perusahaan yang mengalami kerugian cenderung memiliki alasan atau motivasi untuk melakukan penghematan pajak. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mempercepat pengakuan biaya dan menunda pengakuan pendapatan. Tindakan tersebut bertujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan, khususnya pada saat perusahaan mengalami kerugian usaha. Ketika manajemen laba dan agresivitas pajak digabungkan, perusahaan dapat menggunakan taktik-taktik dalam mengelola keuangan perusahaan, termasuk strategi perpajakan yang agresif.

Manajemen laba juga sejalan dengan teori agensi, dimana perusahaan dapat termotivasi untuk menggunakan celah dalam peraturan pajak untuk meningkatkan kinerja keuangan jangka pendek. Namun, praktik ini dapat merugikan perusahaan dalam jangka panjang karena dapat menimbulkan risiko hukum dan merusak reputasi perusahaan. Mekanisme pengawasan seperti audit

independen dan tata kelola perusahaan yang baik sangat penting untuk memitigasi risiko manajemen laba dan agresivitas pajak.

2.6.4. Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan (Rusdianto, 2013). Mendapatkan laba yang besar tentu menjadi aspek positif bagi suatu perusahaan. Namun, laba yang tinggi juga berarti kewajiban membayar pajak yang signifikan. Dengan melakukan agresivitas pajak, perusahaan dapat mengamankan keuntungan kasnya dan cenderung melibatkan diri dalam praktik tersebut, terutama ketika mencapai laba yang substansial.

Profitabilitas perusahaan yang tinggi mendorong perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak guna mengamankan keuntungan kas dengan meminimalkan beban pajak. Hal ini sejalan dengan teori agensi, di mana pemerintah sebagai principal menginginkan pembayaran pajak yang optimal, sedangkan perusahaan sebagai agent berusaha memaksimalkan laba dengan mengurangi kewajiban pajak. Konflik kepentingan ini muncul karena perbedaan tujuan dan adanya asimetri informasi, sehingga perusahaan cenderung menggunakan strategi agresivitas pajak untuk memenuhi kepentingannya meskipun bertentangan dengan kepentingan pemerintah.

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Cahyani (2016). Penelitian ini dilakukan pada 42 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Hasil dari

penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak pada 42 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014.

Penelitian kedua dilakukan oleh Gunawan (2017). Penelitian ini dilakukan terhadap 42 perusahaan di Indonesia yang menyajikan laporan keberlanjutan tahun 2014 dan memiliki laba positif. Hasil dari penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak sedangkan *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada 42 perusahaan di Indonesia yang menyajikan laporan keberlanjutan tahun 2014.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Sitepu (2020). Penelitian ini dilakukan terhadap 7 perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018. Hasil dari penelitian ini adalah manajemen laba, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini berbeda dengan variabel kepemilikan manajerial yang mana menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Penelitian keempat dilakukan oleh Herlinda & Rahmawati (2021). Penelitian ini dilakukan kepada 28 perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Kemudian *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak dan variabel

ukuran perusahaan yang tidak memiliki pengaruh atau tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Rahmawati, dkk. (2024). Penelitian ini dilakukan terhadap 45 perusahaan infrastruktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022. Hasil dari penelitian ini adalah variabel likuiditas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan variabel lainnya yaitu manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.

Tabel 2. 1.
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1	Cahyani (2016)	Variabel Dependen (Y): Agresivitas Pajak Variabel Independen (X): Manajemen Laba dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	42 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014	1. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak.
2	Gunawan (2017)	Variabel Dependen (Y): Agresivitas Pajak Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i>	42 perusahaan di Indonesia yang menyajikan laporan keberlanjutan tahun 2014 dan memiliki laba positif	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. 2. <i>Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
3	Sitepu (2020)	Variabel Dependen (Y): Agresivitas Pajak Variabel Independen (X): Manajemen Laba,	7 perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018	1. Manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.

		Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, dan Likuiditas		2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. 3. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. 4. Likuiditas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.
4.	Herlinda & Rahmawati (2021)	Variabel Dependen (Y): Agresivitas Pajak Variabel Independen (X): Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan	28 perusahaan properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019	1. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
5.	Rahmawati dkk., (2024)	Variabel Dependen (Y): Agresivitas Pajak Variabel Independen (X): Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Manajemen Laba	45 perusahaan infrastruktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022	1. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. 3. Manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.8. Pengembangan Hipotesis

2.8.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang transparan dan terbuka cenderung tidak melakukan agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang transparan dan terbuka memiliki reputasi yang baik dan ingin menjaga reputasinya. Reputasi yang baik penting bagi perusahaan untuk menarik investor, pelanggan, dan mitra bisnis. Agresivitas pajak dapat merusak reputasi perusahaan dan membuat perusahaan kehilangan kepercayaan dari para pemaku kepentingannya. Selain itu, CSR perusahaan juga dapat berarti semakin transparannya informasi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan sehingga akan berdampak pada rendahnya kemungkinan tindakan agresivitas pajak karena perusahaan tidak ingin kehilangan reputasi serta dampak positif dari kegiatan CSR yang telah dilakukan (Putra, dkk. 2022).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Cahyani (2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2017). Penelitian Gunawan (2017) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. Kedua penelitian ini konsisten dalam menyatakan bahwa penerapan CSR dapat

mengurangi kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik agresivitas pajak.

Oleh karena itu, berdasarkan dari teori yang ada maka *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu, yaitu Cahyani (2016) dan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2017). Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A1} = *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

2.8.2. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Menurut Maydew (1997) dalam Sulistyanto (2008), perusahaan yang mengalami kerugian usaha memiliki alasan atau motivasi untuk melakukan penghematan pajak. Penghematan pajak ini menjadi alasan bagi perusahaan untuk mempercepat pengakuan biaya dan menunda pengakuan pendapatan, yang merupakan bagian dari strategi manajemen laba. Oleh karena itu, manajemen laba dapat menciptakan peluang bagi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak.

Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dkk., (2024), menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sitepu (2020). Penelitian yang dilakukan Sitepu (2020) pada perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018

menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian, penelitian tersebut secara konsisten memperkuat bukti bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan teori yang ada, maka manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dkk., (2024) dan Sitepu (2020) yang secara bersama menunjukkan hasil yang sama, yaitu manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A2} = Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.

2.8.3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Profitabilitas merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga dapat meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan (Rusdianto, 2013). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki insentif kuat untuk melakukan agresivitas pajak guna mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Profitabilitas yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk bersikap agresif dalam perpajakan, mengingat laba yang besar memunculkan kewajiban pajak yang signifikan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Herlinda & Rahmawati (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap

agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sitepu (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu, penelitian ini secara konsisten memperkuat bukti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan teori yang ada, maka profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herlinda & Rahmawati (2021) dan Sitepu (2020) yang menyebutkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Maka dari itu, berdasarkan teori yang ada dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_{A3} = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.