BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi adalah teori yang membahas tentang hubungan antara pemilik perusahaan atau pemegang saham dengan pihak manajemen sebagai agen dimana pekerjaannya bertanggung jawab kepada pemegang saham. Teori keagenan berfokus pada hubungan antara manajemen dan pemegang saham (Desai & Dharmapala, 2006). Teori keagenan muncul apabila pemegang saham tidak mengelola sendiri perusahaannya, akan tetapi memberikan kepercayaan kepada pihak yang ditunjuk untuk mengelola perusahaan sehingga menimbulkan permasalahan apabila pihak-pihak yang berkaitan memiliki perbedaan tujuan. Hal ini disebut dengan konflik agensi (Jensen & Meckling, 1976 dalam Mulyono, 2009). Oleh karena itu, maka salah satu cara untuk meminimalisasi asimetri informasi yang dapat mengakibatkan konflik agensi, yaitu dengan melaksanakan *good corporate governance* dalam mengelola perusahaan.

Perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer dapat memengaruhi berbagai hal terkait kinerja perusahaan, misalnya adalah kebijakan mengenai pajak perusahaan. Di Indonesia, sistem perpajakan dapat menggunakan *self assessment system* dimana wajib pajak mempunyai wewenang untuk menghitung dan melaporkan kewajiban

pajaknya sendiri. Sistem tersebut tentu memberikan celah – celah kesempatan kepada manajer untuk melakukan cara – cara guna menurunkan pendapatan kena pajak sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan akan semakin turun (Ardyansyah dan Zulaikha,2014)

2. Teori Legistimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori ini menjelaskan akan adanya kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan pengungkapan sosial pada lingkungan (Lanis dan Richardson, 2012). Kontrak sosial merupakan dasar dari penerapan teori legistimasi yang menghubungkan hubungan antara masyarakat dengan perusahaan beroperasi. Jika tidak ada legistimasi maka akan ada ancaman yang bermunculan. Untuk itu, sangatlah penting untuk sebuah perusahaan membangun hubungan legistimasi (Muadz Rizki, 2015).

Dalam mengupayakan legistimasi dari masyarakat setiap perusahaan melakukan tanggungjawab sosialnya melalui pemerintah. Tanggung jawab ini biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perwujudan CSR ini salah satunya dengan cara pembayaran pajak melalui pemerintah yang nantinya akan kembali kepada masyarakat. Karena tujuan awal dipungutnya pajak adalah untuk memajukan kesejahteraan rakyat (Yoehana, 2013 dan Muadz Rizki, 2015).

3. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan (*compliance theory*) merupakan teori yang menjelaskan suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau

aturan yang diberikan. Menurut Tahar dan Rachman (2014) kepatuhan mengenai perpajakan merupakan tanggung jawab kepada Tuhan, bagi pemerintah dan rakyat sebagai Wajib Pajak untuk memenuhi semua kegiatan kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan Wajib Pajak merupakan perilaku yang didasarkan pada kesadaran seorang Wajib Pajak terhadap kewajiban perpajakannya dengan tetap berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 tentang Wajib Pajak dengan kriteria tertentu yang selanjutnya disebut sebagai Wajib Pajak Patuh adalah Wajib Pajak yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan.
b. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
c. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 tahun berturut-turut.
d. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

4. Ukuran Perusahaan *(Size)*

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 assetnya 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 diukur dengan rumus logaritma natural (ln) dikali dengan total aset. Aset menunjukkan bahwa aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar perusahaan (Dewayanto, 2011). Semakin besar total asset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaannya, maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks (Hormati, 2009 dalam Marfu'ah, 2015 dalam Rifka Siregar, 2016).

5. Corporate Social Responsibility Disclosure

Corporate Social Responsibility Disclosure merupakan salah satu kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang menginginkan agar kegiatan usaha yang dilaksanakan dapat berjalan lancar dan

berkesinambungan. Menurut Deegan (2002) menyatakan bahwa pengungkapan CSRD dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi. CSRD ini telah diatur didalam UU RI No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 dan UU RI No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 huruf (b) mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dipenuhi perusahaan. Dengan dikeluarkannya aturan ini tandanya setiap perusahaan harus mempraktekan CSRD tersebut. Penerapan CSRD ini juga bisa dianggap sebagai usaha mengurangi konflik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

Apabila CSRD diterima dan dipraktekkan secara etis dan berkelanjutan serta terinternalisasi dalam strategi dan nilai-nilai budaya perusahaan (*Corporate Culture*), dapat dipastikan perusahaan bisa meraih keuntungan yang berkelanjutan baik keuntungan finansial maupun non finansial yang pada akhirnya berdampak positif bagi peningkatan nilai pasar perusahaan, nilai pemegang saham, dan nilai *stakeholders* secara berkelanjutan. Pemenuhan CSRD yang dilakukan perusahaan selain memberikan dampak positif dan juga dampak negatif, misalnya perusahaan yang memberikan CSRD justru untuk menutupi berbagai kecurangan yang dilakukan, salah satunya penghindaran pajak perusahaan.

6. Likuiditas

Menurut Suyanto dan Supramono (2012), perusahaan dengan rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk

memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang menandakan perusahaan dalam kondisi keuangan yang sehat serta dengan mudah menjual aset yang dimilikinya jika diperlukan. Apabila perusahaan yang memilki rasio likuiditas tinggi maka perusahaan tersebut dapat dikatakan perusahaan yang likuid. Likuiditas itu sendiri dapat diketahui dari neraca dengan membandingkan jumlah aktiva lancer (*current assets*) dengan hutang lancar (*current liabilities*), hasil perbandingan disebut *current ratio* (Suyanto dan Supramono, 2012).

Bradley (1994) dan Siahaan, (2005) menyatakan kesulitan likuiditas dapat memicu perusahaan untuk tidak taat terhadap peraturan pajak sehingga dapat mengarah pada tindakan agresif terhadap pajak perusahaan. Alasannya, perusahaan lebih mementingkan untuk mempertahankan arus kas daripada harus membayar pajak yang tinggi, dalam hal ini dikatakan mempunyai hubungan negatif. Hasil penghematan atas pajak dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

7. Agresivitas Pajak (*Tax Aggressiveness*)

Agresivitas pajak menurut Frank et al. (2009) adalah sebuah tindakan yang bertujuan untuk menurunkan beban pajak melalui perencanaan pajak dengan menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong pelanggaran pajak. Hadi dan Mangoting (2014) mendefinisikan agresivitas pajak adalah strategi penghindaran pajak untuk mengurangi atau menghilangkan beban pajak perusahaan dengan menggunakan ketentuan

yang diperbolehkan maupun memanfaatkan kelemahan hukum dalam peraturan perpajakan atau melanggar ketentuan dengan menggunakan celah yang masih di dalam *grey area*. Hal ini tidak sesuai aturan yang berlaku baik bagi masyarakat dan pemerintah. Untuk pemerintah sendiri hal ini dapat merugikan karena dapat mengurangi pendapatan pemerintah untuk membangun perekonomian maupun pembangunan negara. Untuk mengetahui perusahaan mana saja yang melakukan agresivitas pajak dapat dilakukan dengan menggunakan proksi CETR (*Cash Effective Tax Rate*). Semakin rendah nilai CETR perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak pada perusahaan tersebut.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Tax Agressiveness*

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 (Prasetyorini, 2013). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi pada tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Dikarenakan ukuran perusahaan yang besar berarti perusahaan tersebut memiliki aset dengan jumlah besar dan banyak yang pada setiap periodenya mengalami penyusutan per periodenya, maka besar angka penyusutan tersebut juga mempengaruhi laba yang dihasilkan sebelumnya dan juga berakibat pada berkurangnya pajak yang dibayarkan. Adanya pernyusutan pada aset perusahaan menjadikan

perusahaan memiliki kesempatan menerapkan akuntansi yang efektif untuk menurunkan CETR perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori kepatuhan yang menjelaskan suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap aturan yang berlaku.

Berdasarkan penelitian oleh Ardyansyah dan Zulaikha (2014) mengatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap *tax aggressiveness*. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Meiranto (2015) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *tax aggressiveness* karena perusahaan besar akan menjaga nama baik perusahaan di mata publik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Tax Agressiveness*

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Tax Agressiveness*

Corporate Social Responsibility Disclosure ini telah diatur didalam Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 mengenai Perseroan Terbatas yang tertulis bahwa : Perseroan yang menjalankan aktivitas usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dan UU No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 Huruf (b) tentang Penanaman Modal juga mengatur

mengenai CSR yang berbunyi : Setiap penanaman modal memiliki kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Vina, 2016).

Perusahaan sebagai Wajib Pajak badan memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada Negara dimana perusahaan itu beroperasi. Sebagaimana pajak merupakan kontribusi wajib oleh Wajib Pajak untuk kemakmuran rakyat, perusahaan yang melakukan pembayaran pajak telah berkontribusi untuk melaksanakan pembangunan nasional untuk kesejahteraan masyarakat luas. Sebuah perusahaan yang melakukan tindakan penghindaran pajak dengan intensitas tinggi dapat disebut perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial.

Menurut Bani dalam Mustika (2017), tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk kesejahteraan perusahaan saja, namun memiliki tanggung jawab sosial lingkungan untuk menarik konsumen. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan sebaiknya melakukan berbagai cara untuk meyakinkan masyarakat bahwa segala bentuk kegiatan operasi perusahaan sesuai dengan norma dan nilai – nilai yang ada dalam masyarakat, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Yoehana, 2013). Salah satunya dengan membayar pajak tanpa melakukan agresivitas pajak.

Kaitan CSR dengan perpajakan hanya dapat dilihat jika pembayaran pajak yang dilakukan perusahaan memang memiliki implikasi untuk masyarakat luas. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang

dilakukan oleh perusahaan maka perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Watson dalam Yoehana (2013) bahwa perusahaan perusahaan yang tidak memenuhi tanggung jawab sosialnya menunjukan tingkat agresivitas pajak yang lebih besar.

Berdasarkan penelitian oleh Mustika (2017) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut membuktikan bahwa suatu perusahaan dengan pengungkapan CSRD dalam laporan tahunan selalu melakukan tindakan penghindaran pajak. CSRD yang sudah sewajarnya menjadi tanggung jawab suatu perusahaan masih berpikiran bahwa CSRD sebagai beban bukan sebagai bagian dari pengembangan masyarakat. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Yogiswari (2017) juga mengatakan demikan, dikarenakan perusahaan yang mengungkapkan CSRD yang lebih besar tidak semata-mata untuk menghindari kewajiban pajak tetapi mengurangi kekhawatiran publik tentang aktivitas perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hubungan antara *Corporate Social Responsibility Disclosure* dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

H2 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh negatif terhadap *Tax Agressiveness*

3. Pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek secara konvensional pada siklus operasional normal perusahaan (Subramanyam dan Wild, 2010). Kemampuan ini dapat dilihat dari rasio likuiditas, apabila suatu perusahaan memiliki kondisi arus kas yang lancar maka perusahaan tersebut memiliki rasio likuiditas yang tinggi berindikasi bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan sehat. Dengan kondisi kas yang baik maka perusahaan tidak perlu agresif terhadap pajak dan akan mampu membayar kewajibannya yang akan datang. Apabila perusahaan yang memilki rasio likuiditas tinggi maka perusahaan tersebut dapat dikatakan perusahaan yang likuid. Namun apabila rasio likuiditas rendah maka perusahaan akan tidak taat terhadap pajak untuk mempertahankan arus kas (Suyanto dan Supramono, 2012).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indrajati, dkk (2017) menunjukkan bahwa likuiditas signifikan negatif mempengaruhi agresivitas pajak. Koefisien regresi dari likuiditas memiliki tanda negatif yang menunjukkan hubungan negatif antara likuiditas terhadap *effective tax rate*, yaitu meningkatnya nilai likuiditas perusahaan akan menurunkan nilai effective tax rate sehingga agresivitas pajak perusahaan meningkat dan demikian sebaliknya. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2016) yang menunjukkan likuiditas berpengaruh negatif terhadap agresivitas. Hal ini berarti, perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan memiliki agresivitas pajak yang rendah. Dan sebaliknya,

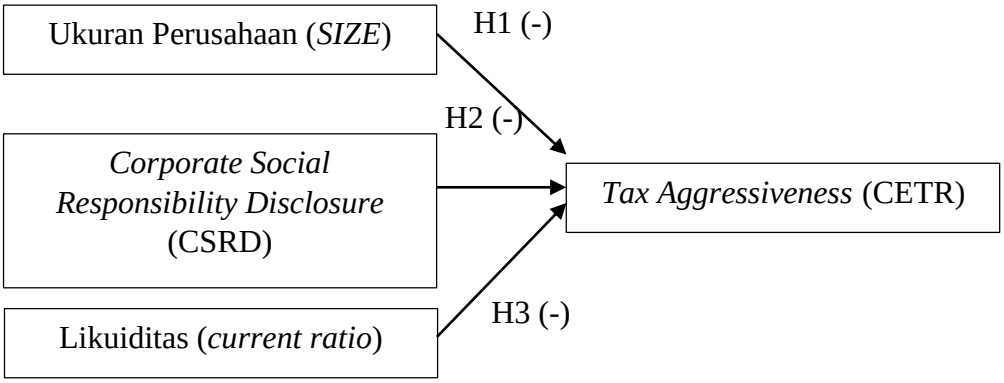
perusahaan yang tingkat likuiditasnya rendah cenderung agresif terhadap perpajakannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hubungan antara likuiditas dengan agresivitas pajak dapat dihipotesiskan sebagai berikut :

H3 : Likuiditas berpengaruh negatif terhadap *Tax Agressivenes*

C. Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan ukuran perusahaan, *corporate social responsibility disclosure* dan likuiditas terhadap agresivitas pajak. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2
Model Penelitian