

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan mengenai adanya hubungan antara pihak pemberi kewenangan (*principal*) dengan pihak yang diberi kewenangan (*agent*). Luayyi (2010) menyebutkan bahwa dalam teori agensi terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh, sehingga kadang kala manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut baik dengan cara yang baik ataupun dengan cara yang merugikan banyak pihak.

Teori agensi muncul ketika ada sebuah perjanjian hubungan kerja antara *principle* yang memiliki wewenang dengan agent atau pihak yang diberi kewenangan untuk menjalankan perusahaan (Nugraha, 2015). Manajer (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pemilik perusahaan (*principle*) karena manajer dianggap lebih memahami dan mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya (Ardyansyah, 2014). Namun terkadang manajer tidak melaporkan keadaan perusahaan seperti apa yang sebenarnya. Hal ini bisa saja dilakukan untuk mengutungkan manajer dan menutupi kelemahan kinerja manajer. Tindakan manajer yang seperti ini biasanya dilakukan karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer sehingga dapat menimbulkan berbagai masalah keagenan seperti pengeluaran yang berlebihan, keputusan investasi suboptimal dan asimetris informasi. Asimetris informasi terjadi ketika manajer memiliki lebih banyak informasi dibandingkan informasi yang dimiliki oleh pemilik perusahaan (Nugraha, 2015).

Menurut Samuelson (2011) dalam Gemilang (2017) asimetris informasi antara manajer dan pemilik perusahaan dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu:

1. *Adverse Selection*

Adverse selection mengungkapkan adanya perbedaan informasi yang dimiliki pihak *principle* dengan pihak *agent*. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak yang memiliki informasi lebih sedikit. Misalnya *agent* memanipulasi atau menyembunyikan informasi keadaan perusahaan kepada *principle*. Akibatnya *principle* merasa tidak yakin dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya jika dibandingkan antara informasi yang diberikan *agent* dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi *principle* dan perusahaan.

2. *Moral Hazard*

Moral hazard mengungkapkan adanya bentuk penyelewengan yang dilakukan oleh *agent* yang tidak sesuai dengan perjanjian atau kontrak yang disepakati antara *principle* dan *agent*. Hal ini bisa disebabkan karena adanya kegiatan *agent* yang tidak sesuai dengan harapan *principle* sehingga *agent* dapat melakukan manipulasi atau tindakan yang tidak sesuai dengan norma. *Moral hazard* biasanya dilakukan demi keuntungan pribadi *agent*.

Perbedaan kepentingan antara *principle* dan *agent* 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. Penggunaan sistem ini dapat memberikan kesempatan bagi *agent* untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung semakin kecil (Ardyansyah, 2014).

Terdapat beberapa cara untuk mengontrol tindakan *agent* terkait dengan tindakan penghindaran pajak yang dilakukan, yaitu dengan mengevaluasi laporan keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan dibandingkan dengan tindakan

agresivitas pajak yang dilakukan oleh *agent*. Rasio yang digunakan adalah profitabilitas dan *leverage* yang dibandingkan ETR perusahaan yang di dapat dari beban pajak dibanding dengan laba sebelum pajak. Sebuah perusahaan yang tergolong besar apabila memiliki aset yang besar pula. Total aset akan bertambah seiring dengan besarnya laba yang dihasilkan perusahaan, total aset juga akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya liabilitas dan ekuitas. Semakin besar pendapatan maka semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan. Namun bisa saja *agent* melakukan manipulasi sehingga harus dibuktikan dengan besarnya ETR (*Effective Tax Rate*) perusahaan guna mengindikasikan terjadinya agresivitas pajak perusahaan (Nugraha, 2015).

2.2 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat. Agresivitas pajak merupakan tindakan yang rentan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Agresivitas pajak merupakan tindakan mengurangi pajak yang sedang menjadi perhatian publik karena tindakan ini merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial yang dapat merugikan masyarakat dan pemerintah. Pajak perusahaan dapat dikaitkan dengan perhatian publik jika pembayaran pajak ini memiliki implikasi terhadap masyarakat luas sebagai lawan dari biaya operasional perusahaan (Pradnyadari, 2015).

Hlaing (2012) dalam Pradnyadari (2015) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Slemrod (2004) dalam Yoehana (2013) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Agresivitas pajak adalah bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran pajak maupun penggelapan pajak, agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak dengan tindakan legal dengan tujuan mengurangi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan (Jessica dan Toly, 2014). Dalam penelitian ini definisi agresivitas yang

digunakan mengacu pada pengertian yang digunakan oleh (Hadi dan Mangoting, 2014), suatu tindakan atau strategi penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak perusahaan dengan penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak perusahaan dengan penghindaran pajak yang melanggar peraturan perpajakan atau dengan memanfaatkan celah hukum yang menimbulkan perbedaan persepsi beberapa pihak yang dijadikan peluang oleh wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak dengan menggunakan kelemahan hukum sebagai argumen pembenaran atas pelanggaran hukum.

Selain itu, pihak perusahaan yang akan melakukan tindakan agresivitas pajak akan mempertimbangkan adanya kemungkinan keuntungan dan kerugian yang akan timbul (Tania, 2017). Menurut Suyanto (2012) terdapat dua keuntungan yang diperoleh perusahaan atas tindakan agresivitas pajak yang dilakukan:

1. Keuntungan berupa penghematan pajak yang dibayarkan oleh perusahaan kepada negara, sehingga jumlah kas yang dimiliki perusahaan semakin besar dan dapat digunakan sebagai pendanaan investasi perusahaan yang mampu memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.
2. Keuntungan bagi manajer berupa kompensasi atau bonus atas tindakan agresivitas pajak yang telah dilakukan.

Sementara kerugian yang mungkin timbul atas tindakan agresivitas pajak perusahaan ialah:

1. Kerugian berupa sanksi atau denda dari kantor pajak.
2. Turunnya harga saham perusahaan karena investor mengetahui tindakan agresivitas pajak yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan.
3. Sedangkan kerugian yang dialami pemerintah berupa berkurangnya pendapatan negara dalam sektor perpajakan.

Ada berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak, antara lain *effective Tax Rates (ETR)*, *Book Tax Differences*, *Discretionary Permanent BTDS (DTAX)*, *Unrecognize Tax Benefit*, *Tax Shelter Activity*, dan *Marginal Tax Rate*. Sementara

dalam penelitian ini menggunakan proksi ETR sesuai dengan proksi yang digunakan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yoehana (2013). Proksi ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam literatur, dan nilai yang rendah dari ETR dapat menjadi indikator adanya agresivitas pajak. Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang menghindari pajak perusahaan dengan mengurangi penghasilan kena pajak, mereka dengan tetap akan menjaga laba walaupun memiliki nilai ETR yang lebih rendah. Dengan demikian ETR dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi CSR yang dikemukakan oleh *Word Bank* dalam Jessica dan Tolly (2014) yang memandang CSR dapat dijelaskan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap bekerjanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilan mereka dalam komunitas setempat dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik dimana baik untuk dunia usaha dan juga untuk perusahaan. CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan. Sehingga untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan CSR dapat menggunakan pendekatan berlandaskan beberapa teori, seperti teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Hal inilah yang mendasari bahwa tanggung jawab sosial adalah bagaimana perusahaan memberikan perhatian kepada lingkungan, terhadap dampak yang akan terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme suatu organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan aktivitasnya dengan *stakeholder*, yaitu melebihi tanggung jawan di bidang hukum (Anggraini, 2006). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kegiatan yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang menginginkan agar kegiatan usaha yang dilaksanakan dapat berjalan lancar dan berkesinambungan. Definisi lain mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan proses

pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Kuriyah, 2016).

Ada banyak ragam penafsiran tentang CSR. Definisi CSR yang berlaku saat ini mendukung bahwa perusahaan harus terlibat dengan para *stakeholder* untuk menciptakan nilai jangka panjang. Hal ini bukan berarti bahwa para pemegang saham tidaklah penting, atau profitabilitas yang tidak penting untuk kesuksesan bisnis. Sebaliknya, agar perusahaan dapat bertahan dan menguntungkan, maka harus terlibat dengan berbagai *stakeholder* yang pandangannya terhadap keberhasilan perusahaan sangat bervariasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat digunakan perusahaan agar lebih unggul dari pesaing, dalam hal mendapatkan keuntungan. Begitu sebuah perusahaan dalam industri telah berhasil menerapkan kebijakan CSR, perusahaan pesaing mungkin terpaksa untuk terlibat juga dalam aktivitas CSR. Apabila perusahaan pesaing tidak menerapkan CSR, maka perusahaan pesaing tersebut terancam kehilangan loyalitas dari konsumen. Siregar (2007) dalam Yoehana (2013) mengatakan bahwa dalam proses perjalanan CSR banyak masalah yang dihadapinya, diantaranya:

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR di kalangan perusahaan dan industri.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR dikalangan perusahaan.

2.4 CSR Disclosure

Pentingnya CSR *disclosure* atau pengungkapan CSR membuat banyak peneliti untuk lebih dalam lagi mempelajari akan keadaan ini. Pengungkapan CSR merupakan cara mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi perusahaan kepada kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara umum (Mathews, 1995 dalam Yoehana, 2013). Pengungkapan

CSR melalui berbagai media dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholder*. Di Indonesia, pengungkapan CSR di atur dalam Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pada pasal 66 ayat (2) yang menyebutkan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut di Laporan Tahunan.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting* (www.globalreporting.org). Saat ini standar GRI versi terbaru, yaitu G4 yang telah banyak pula digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya.

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan *online*. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI-G4 mencapai 91 item (Rahayu, 2016).

2.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau nilai hasil akhir operasional perusahaan selama periode tertentu (Munawir, 2004 dalam Nugraha, 2015). Laba dijadikan indikator bagi para *stakeholder* untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan melalui rasio profitabilitas (Septiana dan Bur, 2012). Perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, karena menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen dalam mengolah operasional perusahaan. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas perusahaan rendah maka investor cenderung tidak tertarik untuk menanamkan modalnya bahkan dapat menarik modal yang telah ditanamkan (Sudana dan Arlindania, 2011).

Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA). Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan pada masa yang akan datang. Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup manusia (Pradnyadari, 2015).

Mardiyanto (2009) dalam Darmadi (2013) menjelaskan bahwa dalam akuntansi dikenal beberapa rasio profitabilitas:

1. Rasio Margin Laba (*Profit Margin* – PM).

Meningkatkan *Profit Margin* mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi dari aktiva penjualannya.

2. Rasio Kemampuan Dasar Menghasilkan Laba (*Basic Earning Power Ratio / Operating Return On Assets (ROA)*).
Earning Before Interst and Tax (EBIT) merupakan laba murni perusahaan yang belum dipengaruhi keputusan keuangan (utang) dan pajak.
3. Rasio Tingkat Pengembalian Total Aktiva (*Return On Assets – ROA*)
Rasio *Return On Assets (ROA)* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas operasi.
4. Rasio Tingkat Pengembalian Total Ekuitas (*Return On Equity – ROE*).
Rasio *Return On Equity (ROE)* merupakan alat ukur terakhir untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROE menggambarkan keberhasilan perusahaan menghasilkan laba untuk para pemegang saham.

Dalam penelitian ini menggunakan proksi ROA untuk mengukur profitabilitas, karena ROA dapat menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola aktiva baik modal sendiri maupun dari modal pinjaman, investor akan melihat seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset. ROA juga mampu mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Semakin tinggi ROA, maka semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aset perusahaan (Rinaldi dan Cheisviyanny, 2015 dalam Gemilang, 2017).

2.6 Leverage

Riyanto (2001) dalam Nugraha (2015) mendefinisikan *leverage* sebagai penggunaan aset atau dana yang penggunaannya memiliki kewajiban untuk membayar biaya tetap. *Leverage* timbul apabila perusahaan membiayai aset dengan dana pinjaman yang memiliki beban bunga. Dengan demikian, tingkat *leverage* dapat menggambarkan resiko keuangan perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mengindikasikan perusahaan tersebut bergantung pada pinjaman luar atau hutang, sedangkan perusahaan dengan *leverage* yang rendah dapat membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Pada umumnya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring cost* bagi investor. Mereka akan memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage* nya lebih rendah. Menurut Gupta dan Newberry (1997) dalam Yoehana (2013) keputusan pembiayaan perusahaan dapat berdampak pada ETR, karena ketetapan pajak biasanya memungkinkan perlakuan pajak yang berbeda untuk keputusan struktur modal perusahaan. Lanis dan Richardson (2007) juga menyatakan bahwa ketika perusahaan lebih banyak mengandalkan pembiayaan dari hutang daripada pembiayaan yang berasal dari ekuitas untuk operasinya, maka perusahaan akan memiliki ETR yang lebih rendah. Hal ini karena perusahaan yang mempunyai tingkat hutang yang lebih tinggi, akan membayar bunga pajak yang lebih tinggi sehingga membuat nilai ETR menjadi lebih rendah. Namun di sisi lain, perusahaan dengan beban pajak yang tinggi memiliki insentif untuk menggunakan pembiayaan utang yang lebih.

Dapat disimpulkan *leverage* adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap aset perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang akan menimbulkan adanya bunga yang harus dibayar. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 huruf angka 3 UU nomor 36 tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. Beban bunga yang bersifat *deductible* akan menyebabkan laba kena pajak perusahaan menjadi berkurang. Laba kena pajak yang berkurang pada akhirnya akan mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan. Penelitian ini menggunakan total hutang dibagi dengan total aset dalam perhitungan *leverage*. Penggunaan proksi tersebut dikarenakan hutang yang dilakukan perusahaan untuk tujuan usaha atau untuk lainnya bukan hanya terdiri dari hutang jangka panjang saja, tapi juga hutang jangka pendek.

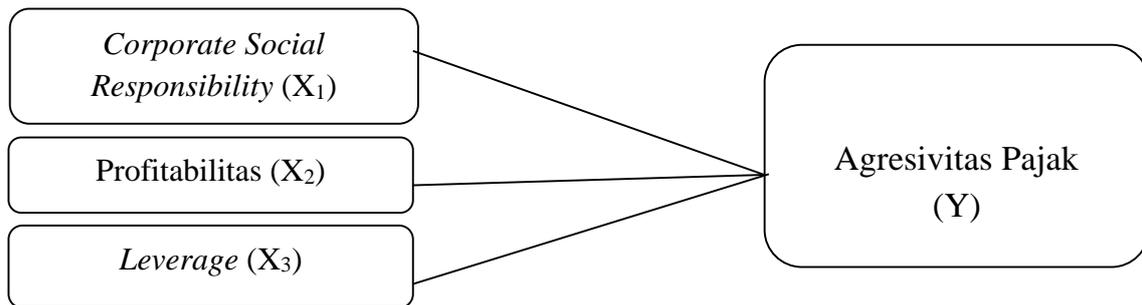
2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Variabel dan Analisis	Hasil
1	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Maretta Yoehana (2013)	Variabel Dependen : CSR Variabel Independen : Agresivitas pajak Menggunakan analisis regresi berganda	Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.
2	Pengaruh <i>Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio</i> dan Komisaris Independen Terhadap <i>Effective Tax Rate (ETR)</i>	Wahyu Ardyansyah (2014)	Variabel Dependen : <i>Effective Tax Rate (ETR)</i> Variabel Independen : <i>Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio</i> dan Komisaris Independen Menggunakan analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>size</i> dan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap ETR. Sedangkan <i>Leverage, Profitability, dan Capital Intensity Ratio</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap ETR
3	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	I Dewa Ayu Intan Pradnyadari (2015)	Variabel Dependen : Agresivitas Pajak Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak.
4	Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap	Hanik Lailatul Kuriyah (2016)	Variabel Dependen : Agresivitas Pajak Variabel Independen : ukuran perusahaan, <i>leverage, dan capital intensity</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, <i>leverage, dan corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap

	Agresivitas Pajak		Menggunakan analisis regresi linear berganda	agresivitas pajak. Sedangkan <i>capital intensity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
--	-------------------	--	--	--

2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.9 Bangunan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu cara untuk menghindari pajak dengan banyak mengeluarkan biaya penelitian yang dilakukan di Indonesia. Biaya penelitian tersebut dimasukkan di CSR dan pajak memperkenalkannya sebagai biaya. Sehingga semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak *agresive* terhadap pajak (Jessica dan Toly, 204). Kuriah (2016) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang menjalankan CSR akan lebih cenderung bertindak agresif terhadap pajak sehingga akan membuat perusahaan tersebut kehilangan reputasinya di mata *stakeholdernya* dan akan menghilangkan dampak positif yang terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan. Menurut hasil penelitian (Kuriah, 2016) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yang pertama sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

2.9.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

ROA (*Return on Asset*) merupakan salah satu proksi pengukuran profitabilitas perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Rodriguez dan Arias (2012) dalam Nugraha (2015) menyebutkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan ETR bersifat langsung dan signifikan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus di tanggung oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus di bayarkan sesuai dengan kewajibannya (Nugraha, 2015). Penelitian yang dilakukan Gemilang (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua, yaitu sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

2.9.3 Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage menunjukkan penggunaan hutang untuk membiayai investasi. Semakin tinggi nilai *leverage* dalam perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak pada perusahaan tersebut (Fikriyah, 2014). Dengan demikian, *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat

leverage tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah, berarti perusahaan tersebut lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Anita, 2015). Kuriyah (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap tindakan agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis yang ketiga, yaitu sebagai berikut:

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.