

BAB II

LANDASAN TEORI

1.1 Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi merupakan teori yang mengungkapkan suatu kontrak hubungan antara pemilik atau pemegang saham dan agen atau manajer. Teori agensi merupakan hubungan kesepakatan antara pemilik dengan agen guna menghasilkan perjanjian kontrak. (Luayyi 2010) menyebutkan bahwa dalam teori agensi atau keagenan 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 memungkinkan manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut baik cara yang baik ataupun cara yang merugikan banyak pihak. Teori agensi menyatakan bahwa hubungan agensi yang terjadi ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Di dalam perusahaan CEO merupakan agen dan pemegang saham prinsipal. Salah satu elemen dari teori agensi adalah bahwa prinsipal dan agen memiliki preferensi atau tujuan yang berbeda. Manager diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*).

Prinsip utama dari teori keagenan adalah adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*principle*) yaitu pemilik atau pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (agent) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama (Elqorni 2009 dalam Primasari 2011). Penjelasan tentang praktek *tax avoidance* dapat dimulai dari pendekatan *agency theory*. Praktek *tax avoidance* dalam perspektif *agency theory* dipengaruhi oleh adanya konflik kepentingan antara agen (manajemen) dengan *principal* yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya.

Dalam teori agensi terdapat kemungkinan dapat terjadinya konflik antara *principal* dengan agen yang disebut dengan konflik agensi (*agency conflict*). Konflik agensi dapat terjadi ketika *principal* memberikan insentif kepada manajemen perusahaan (agen) atas kinerja yang dilakukan untuk mengoptimalkan kepentingan *principal*. Masalah muncul ketika terdapat dua kepentingan yang berbeda antara *principal* dan agen, yaitu agen lebih mengejar insentif daripada mengoptimalkan kepentingan *principal* yang merupakan tujuan utama dari perjanjian yang telah dilakukan.

Masalah keagenan tidak selalu terjadi karena adanya konflik pada *principal* dengan agen saja, dapat berlaku juga pada pemegang saham mayoritas dengan minoritas. Hubungan lain teori keagenan dengan penghindaran pajak adalah adanya kepentingan yang bertentangan antara pemungut pajak (fiskus) dengan manajemen perusahaan, fiskus menginginkan adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak untuk pembangunan ekonomi nasional serta untuk membiayai pengeluaran rutin Negara, karena penerimaan pajak merupakan unsur penting dalam penerimaan Negara. Sedangkan agen berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah (Prakosa 2014). Dalam hal ini prinsipal mengharapkan biaya pajak yang rendah sehingga *principal* menugaskan agen untuk meminimalkan pajak perusahaan.

1.2 Pajak

2.2.1 Pengertian Pajak

Pajak dapat didefinisikan sebagai iuran wajib rakyat kepada negara yang dapat dipaksakan menurut undang-undang dan dengan tidak mendapatkan kontra prestasi secara langsung. Pajak juga merupakan sebuah hak *prerogative* pemerintah dimana akan dipergunakan secara bijak untuk mencapai kesejahteraan umum (Janatun 2012). Menurut Prof. Dr. P.J. Adriani, “Pajak adalah iuran masyarakat kepada Negara yang dapat dipaksakan dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum” (Waluyo 2009).

Definisi pajak menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 pasal 1 tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan merupakan: Kontribusi wajib pajak 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. Menurut S.I. Djajadningrat, Pajak adalah suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari Negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum (Resmi 2014). Dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran dari rakyat kepada Negara yang bersifat memaksa dan dipungut berdasarkan undang-undang yang berlaku dan digunakan untuk Keperluan Negara dan pengeluaran umum.

2.2.2 Fungsi dan Unsur-Unsur Pajak

Pajak memiliki dua fungsi, yaitu (Janatun 2012) :

1. Fungsi anggaran (*budgetair*). Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
2. Fungsi mengatur (*regulerend*). Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi.

2.2.3 Manajemen Pajak

Manajemen perpajakan adalah suatu strategi manajemen untuk mengendalikan, merencanakan dan mengorganisasikan aspek-aspek perpajakan dari sisi yang dapat menguntungkan nilai bisnis perusahaan dengan tetap melaksanakan kewajiban perpajakan secara peraturan dan perundang-undangan. Sehingga dengan adanya perencanaan perpajakan yang didukung suatu konsep manajemen pajak yang jelas, diharapkan dapat mengoptimalkan tingkat likuiditas perusahaan. Adapun fungsi-fungsi manajemen perpajakan menurut (Pohan 2013) sebagai berikut :

1. Tax Planning

Tax Planning adalah suatu usaha yang mencakup perencanaan perpajakan agar pajak yang dibayar oleh perusahaan benar-benar efisien. Tujuan utama *tax planning* adalah mencari berbagai celah yang masih dalam koridor peraturan perpajakan (*loopholes*). Agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimal. Dalam *tax planning* terdapat 3 macam cara yang dilakukan oleh wajib pajak untuk menekan jumlah beban pajaknya, yaitu :

- 1) *Tax Avoidance* (Penghindaran Pajak)
- 2) *Tax Evasion* (Penyelundupan Pajak)
- 3) *Tax Saving* (Penghematan Pajak)
- 4) *Tax Administration/Tax Compliance*

2. Tax Administration/Tax Compliance

Tax Administration/Tax Compliance mencakup usaha-usaha untuk memenuhi kewajiban administrasi perpajakan dengan cara menghitung pajak secara benar, sesuai dengan ketentuan perpajakan, kepatuhan dalam membayar dan melaporkan tepat waktu sesuai dengan waktu pembayaran dan pelaporan pajak yang sudah ditetapkan.

3. Tax Audit

Tax audit mencakup strategi dalam menangani pemeriksaan pajak, menanggapi hasil pemeriksaan pajak maupun strategi dalam mengajukan surat keberatan atau surat banding.

4. Other Tax Matters

Masalah yang mencakup fungsi-fungsi lain yang berkaitan dengan perpajakan, seperti mengkomunikasikan ketentuan-ketentuan sistem dan prosedur perpajakan kepada pihak-pihak lain dalam perusahaan.

2.2.4 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah suatu usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang yang ada. Penghindaran pajak menurut Pohan (2013) adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan itu sendiri untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Biasanya perusahaan melakukan strategi-strategi atau cara yang legal sesuai dengan aturan undang-undang yang berlaku, namun dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang sifatnya masih ambigu dalam undang-undang sehingga hal ini wajib pajak memanfaatkan celah-celah yang ditimbulkan oleh ambiguitas dalam undang-undang perpajakan (Suandy 2008).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan penghindaran pajak adalah suatu upaya dalam meminimalkan biaya pajak yang terutang yang dilakukan oleh wajib pajak secara legal tanpa melanggar undang-undang dan peraturan perpajakan dengan memanfaatkan kelemahan undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku. Menurut (Budiman et al. 2012) mengemukakan bahwa manfaat penghindaran pajak adalah untuk memperbesar *tax saving* yang berpotensi mengurangi pembayaran pajak sehingga akan menaikkan *cash flow*.

Komite urusan fiskal dari *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD). (Fadilah 2014), menyebutkan tiga karakter penghindaran pajak :

1. Adanya unsur artifisial dimana berbagai pengaturan seolah-olah terdapat didalamnya padahal tidak, dan ini dilakukan karena ketiadaan faktor pajak.
2. Memanfaatkan *loopholes* dari undang-undang atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal untuk berbagai tujuan, padahal bukan itu yang sebetulnya dimaksudkan oleh pembuat undang-undang.
3. Para konsultan menunjukkan alat atau cara untuk melakukan penghindaran pajak dengan syarat wajib pajak menjaga serahasia mungkin (*Council of Executive Secretaries of Tax Organization*, 1991).

Penghindaran pajak adalah sesuatu usaha yang meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang yang ada. Penghindaran pajak dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Memindahkan subjek pajak atau objek pajak ke negara-negara yang me
- b. mberikan perlakuan khusus atau keringanan pajak (*tax haven Country*) atas suatu jenis penghasilan (*substantive tax planning*).
- c. Usaha penghindaran pajak dengan mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi melalui pemilihan formal yang memberikan beban pajak yang paling rendah (*Formal tax planning*).
- d. Ketentuan *anti Avoidance* atas transaksi *transfer pricing*, *thin capitalization*, *treaty shopping*, dan *controlled foreign corporation* (*specific anti Avoidance Rule*), serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*General Anti Avoidance Rule*).

Penyebab dari penghindaran pajak meliputi tarif pajak yang terlalu tinggi, undang-undang yang tidak tepat, hukuman yang tidak memberikan efek jera, dan ketidakadilan yang nyata. Ketika situasi ini terjadi, penghindaran pajak akan cenderung meningkat. Kasus penghindaran pajak di Indonesia dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya tidak melaporkan atau melaporkan namun tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya atas pendapatan yang bisa dikenai pajak, hal tersebut tentunya mengakibatkan menurunnya potensi pendapatan pajak yang dapat digunakan untuk mengurangi beban defisit anggaran negara.

Dalam mengukur perusahaan melakukan penghindaran pajak atau tidak, memang sulit dilakukan karena data untuk pembayaran pajak dalam surat pemberitahuan pajak (SPT-PPh) sulit didapatkan karena rahasia, maka perlu pendekatan untuk menaksir berapa pajak yang sebenarnya dibayar perusahaan kepada pemerintah. Penghindaran pajak dapat diukur dengan menggunakan ETR untuk mengukur penghindaran pajak. Menurut Hanlon dan Heintzman (2010) pendekatan ETR mampu menggambarkan penghindaran pajak yang berasal dari dampak beda temporer dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan beban pajak karena mewakili pajak kini dan pajak tangguhan. Perhitungan beban pajak

kini diperoleh dari pendapatan kena pajak dikalikan dengan tarif pajak terhutang untuk badan. Beban pajak tangguhan diperoleh dari hasil pengalihan pendapatan sebelum pajak dikali tarif dikurangi dengan beban pajak kini (Jessica dan Toly, 2014). Secara keseluruhan, perusahaan yang menghindari pajak perusahaan dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan memiliki nilai ETR yang lebih rendah.

Dengan demikian, ETR dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Selain itu penelitian pajak terakhir oleh Lanis dan Richardson (2012), telah menemukan bahwa ETR bisa merangkum agresivitas pajak dan proksi ETR adalah proksi yang paling banyak digunakan dalam literatur. Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan ETR sebagai proksi pengukuran tindakan penghindaran pajak. ETR juga digunakan untuk merefleksikan perbedaan antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. Sedangkan menurut Aunalal dalam Ardyansyah (2014) ETR dihitung atau dinilai berdasarkan pada informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga ETR merupakan bentuk perhitungan tarif pajak pada perusahaan. Dari definisi tersebut ETR mempunyai tujuan untuk mengetahui jumlah persentase perubahan dalam membayar pajak yang sebenarnya terhadap laba komersial yang diperoleh.

Semakin besar nilai ETR suatu perusahaan, maka menunjukkan bahwa semakin rendahnya tingkat penghindaran pajak yang terjadi. Dan sebaliknya, semakin rendah nilai ETR suatu perusahaan, mengindikasikan tingginya penghindaran pajak yang dilakukan. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Gemilang (2017), ETR merupakan salah satu proksi yang dapat digunakan untuk menentukan agresivitas pajak perusahaan. Namun dalam mengukur agresivitas pajak perusahaan, ETR memiliki nilai terbalik. Bahwa semakin rendah ETR, maka agresivitas pajak perusahaan semakin tinggi, dan sebaliknya. Menurut Prihadi (2012) ETR perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.3 Kepemilikan Saham Asing

Kepemilikan asing adalah presentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Dalam pasal 1 ayat 8 UU No. 25 Tahun 2007 menyebutkan bahwa, modal asing adalah modal yang dimiliki oleh Negara asing, perseorangan warga Negara asing, dan Badan Hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Mengacu pada pasal diatas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah, serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Anggraini 2011). Kepemilikan asing dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh asing, yang dapat dirumuskan. Jumlah kepemilikan pihak asing yang dimaksud adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut (Anggraini 2011). Kepemilikan asing dalam perusahaan merupakan pihak yang dianggap *concern* terhadap peningkatan *good corporate governance* (Simerly & Li 2001). Sehingga etika yang ada pada prinsip GCG (*good corporate governance*) diharapkan dapat di terapkan dalam tindakan perpajakan.

Kim et al (2011) menunjukkan bahwa usaha perusahaan untuk mengimplementasikan tata kelola perusahaan yang baik mengarah pada tingkat kepemilikan saham asing yang tinggi. Pengertian penanaman modal asing dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 adalah kegiatan penanaman modal untuk melakukan usaha di wilayah Negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Dengan adanya penanam modal asing tersebut maka akan timbul kepemilikan asing. Entitas asing yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih sehingga dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan dapat disebut sebagai

pemegang saham pengendali asing. Pemegang saham pengendali asing ini akan memungkinkan untuk memerintahkan manajemen untuk melakukan apa yang ia inginkan yang dapat menguntungkan dirinya. Hal ini dimungkinkan bahwa kepemilikan saham asing dapat mempengaruhi banyak sedikitnya *transfer pricing* yang terjadi.

2.4 Kualitas Informasi Internal

Informasi internal adalah informasi yang dipakai oleh pihak yang berada dalam organisasi mulai dari manajemen tingkat atas sampai manajemen tingkat bawah suatu perusahaan dalam melakukan aktivitas operasinya. Sedangkan lingkungan informasi yang dimaksud adalah interaksi antara manajemen tingkat atas sampai manajemen tingkat bawah dalam mendistribusikan informasi internal. Jadi kualitas informasi internal adalah apakah arus informasi yang terjadi di dalam perusahaan itu memiliki koordinasi yang baik sehingga informasi yang dihasilkan akan menjadi informasi yang berguna, akurat, serta dapat diandalkan.

Informasi Internal merupakan informasi yang terdapat dalam perusahaan, yang digunakan oleh seluruh karyawan, manajemen tingkat bawah sampai tingkat atas dalam aktivitas operasionalnya. Menurut Krismiaji (2010), agar bermanfaat informasi harus memiliki kualitas atau karakteristik yaitu, relevan, dapat dipercaya, lengkap tepat waktu, mudah dipahami, dan dapat diuji kebenarannya. Kualitas informasi internal adalah suatu penilaian apakah baik atau tidaknya informasi dalam perusahaan tersebut sehingga informasi yang dihasilkan berguna, akurat, serta dapat diandalkan.

Menurut Jogiyanto (2007) mengemukakan bahwa, “Kualitas informasi mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi”. Ong et al (2009) berpendapat bahwa, “Kualitas informasi dapat diartikan pengukuran kualitas konten dari system informas”. Menurut Negash et al (2003) menjelaskan bahwa, “Kualitas informasi adalah suatu fungsi yang menyangkut nilai dari keluaran informasi yang dihasilkan oleh sistem”. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi adalah suatu pengukuran yang berfokus

pada keluaran yang diproduksi oleh sistem, serta nilai dari keluaran bagi pengguna.

Jogiyanto (2005) menjelaskan bahwa, kualitas informasi terdiri dari tiga hal, yaitu :

1. Akurat, informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Informasi harus memiliki keakuratan tertentu agar tidak diragukan kebenarannya.
2. Tepat pada waktunya, informasi yang datang pada penerima tidak boleh datang terlambat, karena informasi yang datang tidak tepat waktu tidak bernilai lagi, sebab informasi digunakan dalam proses pembuatan keputusan.
3. Relevan, informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemakainya. Informasi memiliki tingkat relativitas yang berbeda, tergantung pada tingkat pemakai.

Kualitas informasi internal yang dimaksud agar sesuai dengan tujuannya untuk menghindari pajak adalah kualitas informasi internal yang dipandang dari segi aksesabilitas, kegunaan, keandalan, akurasi, kuantitas, dan kerelavannya terhadap kebutuhan perusahaan untuk menetapkan strategi perpajakan. Sehingga, kualitas informasi internal suatu perusahaan memegang peranan sangat penting dalam perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Menurut beberapa penelitian, kualitas informasi internal yang baik mampu membantu perusahaan dalam menghindari serta perusahaan yang baik pasti memiliki tarif pajak efektif (ETR) yang rendah.

Dampak dari kualitas informasi internal lebih kuat pada perusahaan yang sangat mengandalkan lingkungan informasi dalam operasionalnya. Seperti pada perusahaan besar yang memiliki cabang tersebar di beberapa daerah, sangat membutuhkan lingkungan informasi internal yang berkualitas agar operasionalnya tetap berjalan sesuai dengan rencana. Demikian pula dalam melakukan penghindaran pajak, apabila dalam perusahaan tersebut kualitas koordinasi

diantara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya baik, maka peluang dan besarnya pajak yang terelakan akan semakin besar pula. Selagi Kualitas Informasi Internal yang tinggi memiliki dampak positif terhadap pembuatan keputusan manajerial, fokus dari penelitian ini ditekankan pada kemampuan Kualitas Informasi Internal meningkatkan keputusan yang berkaitan dengan pajak. Perusahaan dengan Kualitas Informasi Internal yang tinggi berada di posisi yang lebih baik untuk berurusan lebih efektif terhadap proses dokumentasi pajak dan secara lebih mudah mengidentifikasi transaksi yang menghasilkan keuntungan pajak.

Berdasarkan keputusan ketua BAPEPAM Nomor KEP-346/BL/2011, terkait kewajiban penyampaian laporan keuangan berkala, BAPEPAM mewajibkan setiap perusahaan public yang telah mendaftarkan dirinya di Pasar modal, untuk menyampaikan laporan keuangan tahunan yang disertai dengan laporan audit independen kepada BAPEPAM paling lambat pada akhir bulan ketiga atau 90 hari (BAPEPAM, 2011) setelah tanggal tutup buku laporan keuangan tahunan. Namun berdasarkan peraturan baru yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam peraturan Nomor:29/POJK.04/2016 memperpanjang waktu penyampaian laporan keuangan tahunan perusahaan sampai akhir bulan ke empat setelah tanggal laporan keuangan tahunan atau 120 hari (OJK,2016).

Terkait adanya upaya penyesuaian dengan adanya kondisi darurat akibat *Virus Corona* di Indonesia pada 2019 diberikan relaksasi penyampaian laporan keuangan audit yang berakhir pada 31 Desember 2019 dari 30 April 2020 menjadi 30 Juni 2020 atau ditambah 2 bulan dari batas waktu penyampaian laporan keuangan yang termuat dalam Surat Keputusan Direksi PT Bursa Efek Indonesia No. Kep-00027/BEI/03-2020. (www.idx.co.id).

Rumus perhitungan kualitas informasi internal menggunakan rumus dari penelitian Gallemore and Labro (2015) sebagai berikut :

Kualitas Informasi Internal=jumlah hari dari tanggal 31 Desember sampai tanggal publikasi laporan keuangan tahunan perusahaan.
--

2.5 Publisitas Chief Executive Officer

Chief Executive Officer yang merupakan kepanjangan dari CEO adalah jabatan tertinggi dalam sebuah perusahaan dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan bisnis yang dijalankan. Dikutip dari Investopedia, CEO umumnya dipilih oleh dewan direksi dan pemegang saham. Dalam aktivitas bisnis, seorang CEO dipercaya dalam mengelola keseluruhan perusahaan, membuat keputusan penting, serta bertindak sebagai titik komunikasi utama dengan dewan direksi dan pemegang saham. Menurut Holmes dan Holcomb (2007) menyatakan bahwa "CEO atau di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan direktur utama atau presiden direktur merupakan posisi tertinggi dalam jajaran eksekutif yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional perusahaan. *Chief Executive Officer* (CEO) adalah eksekutif yang berada di puncak perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan dan keberhasilan perusahaan (Yuliana 2011). Di Indonesia, CEO lebih dikenal dengan istilah direktur utama atau presiden direktur.

Direktur merupakan sebutan secara umum terhadap pemimpin tertinggi didalam suatu perusahaan terbatas (PT). Publisitas *Chief Executive Officer* merupakan tingkat kepopuleran seseorang yang diperolehnya dari kepiawaiannya memimpin perusahaan, sehingga perusahaan tersebut dikenal publik. *Chief Executive Officer* (CEO) dengan publisitas yang tinggi akan menjaga nama baiknya dan mampu mengatasi permasalahan pada perusahaan. CEO memiliki peran penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Dapat dibilang tolak ukur kesuksesan perusahaan tersebut dapat dilihat dari kinerja perusahaan yang dihasilkan. Kinerja perusahaan dapat diukur dari keuangan maupun non keuangan. Di mana kinerja perusahaan sendiri merupakan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan pada periode tertentu. Indikator kesuksesan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profitable*), kemampuan untuk tumbuh dan berkembang (*growth*), mampu mendapatkan proyek yang berkelanjutan (*sustainable*) dan kemampuan perusahaan untuk dapat

bersaing (*competitive*) dengan perusahaan lain.

Pengaturan terhadap direktur (CEO) di Indonesia terdapat dalam UU No. 40 Tahun 2007 Bab VII tentang Perseroan Terbatas yang mengatur fungsi, wewenang, dan tanggung jawab direksi. Menurut (Adiasih et al. 2011) pada umumnya CEO memiliki tugas antara lain:

1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
2. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).
3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
4. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.

Chief Executive Officer (CEO) merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang diberikan wewenang oleh prinsipal untuk mengatur jalannya kegiatan operasional (Putrid an Fadhila 2017). CEO dengan perhatian public yang tinggi lebih peduli terhadap harapan investor, termasuk ketika perusahaan sedang mengalami kesulitan. Publisitas *Chief Executive Officer* yang lebih tinggi menggunakan penghindaran pajak untuk meningkatkan penghasilan. Hasil penelitian Duan et al (2017) menunjukkan bahwa, CEO dengan publisitas tinggi lebih cenderung menggunakan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba yang dilaporkan dan memenuhi harapan kinerja pasar. Pengukuran publisitas CEO dalam penelitian didasarkan pada Publisitas CEO Perusahaan yang menjadi sampel penelitian melalui indeks volume pencarian (SVI) dari Tren Google (www.google.com/trends). Indeks volume pencarian (SVI) adalah volume pencarian yang memiliki titik pencarian tertinggi yang digunakan untuk mendapatkan data tentang presiden direktur sebuah perusahaan menurut (Duan et al. 2018) rumus untuk menghitung Publisitas CEO dihitung dengan rumus yang sama dalam penelitian yang dilakukan (Anissa, Sari, and Ratnawati 2020) menggunakan rumus SVI sebagai berikut.

$$SVI = \frac{\text{Rata-rata mingguan SVI}}{\text{Tahun kalender}}$$

Search Volume Index (SVI) merupakan salah satu fitur dari Google Trends yang mana dapat berguna untuk mengetahui periode waktu tertentu suatu brand atau jasa yang sedang tren atau banyak dicari orang. Banyak perusahaan dapat memetakan puncak dari popularitas suatu brand dalam rentang waktu tertentu. Dapat dikatakan bahwa fungsi Google Trends adalah untuk memonitor performa marketing dalam suatu bisnis. Proses monitor ini akan dilanjutkan untuk membuat analisa mengenai suatu pasar dan juga performa dari suatu brand. Bisa brand sendiri maupun brand dari pesaing yang berada di segmen yang sama

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Irsalina Nur Idzni dan Agus Purwanto (2017)	Pengaruh Ketertarikan Investor Asing dan Kepemilikan Institusional terhadap	Kepemilikan Asing, Dewan Direksi, Kepemilikan Institusional, penghindaran	Kepemilikan asing, Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak

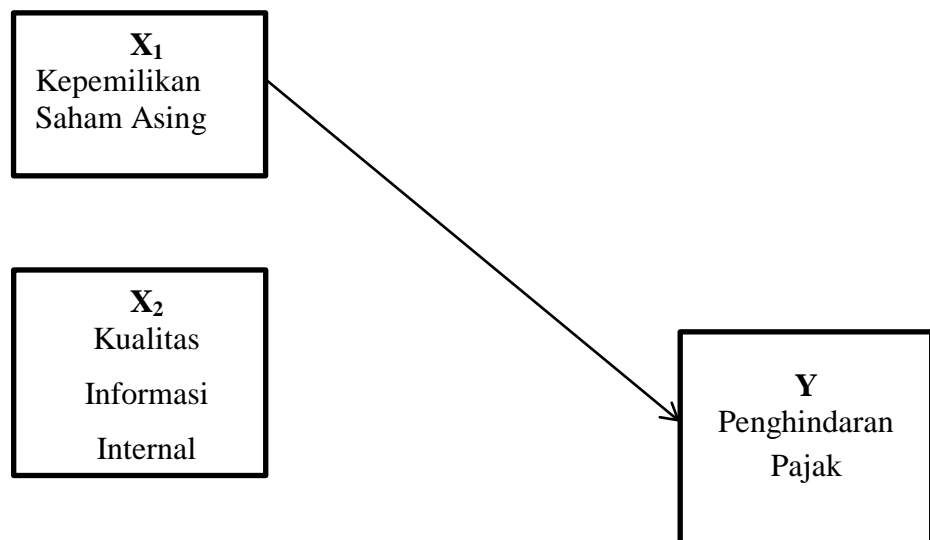
		Penghindaran Pajak.	pajak	
2.	Arry Eksandy (2017)	Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak	Komisaris Independen, Komite Audit, dan Kualitas Audit, Penghindaran Pajak	komisaris independen dan kualitas audit berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i> , komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>taxavoidance</i> .
3.	Gusti Ayu Widya Lestari, dan I.G.A.M Asri Dwija Putri (2017)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , koneksi politik, dan <i>Leverage</i> terhadap Penghindaran Pajak	<i>Corporate Governance</i> , Koneksi Politik, <i>Leverage</i> dan <i>Cash Effective Tax Rate</i>	<i>Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap Penghindaran Pajak, sedangkan Koneksi Politik dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak
4.	Adriyanti Agustina Putri, dan Nadia Fathurrahmi (2019)	Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Penghindaran Pajak.	Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Penghindaran pajak	Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap penghindaran Pajak.

5.	Mita Devi Indriani(2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak	Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Penghindaran Pajak	Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap penghindaran Pajak, sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.
6.	Annisa, Ria Nelly Sari & Vince Ratnawati (2020)	Pengaruh Kepemilikan Saham Asing, Kualitas Informasi Internal, Dan <i>Publisitas Chief Executive Officer</i> Terhadap Penghindaran Pajak.	Kepemilikan Saham Asing, Kualitas Informasi Internal, <i>Publisitas Chief Executive Officer</i> , Penghindaran Pajak.	Kepemilikan saham asing, kualitas informasi internal, dan <i>publisitas chief executive officer</i> berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Sumber : Data diolah Peneliti.

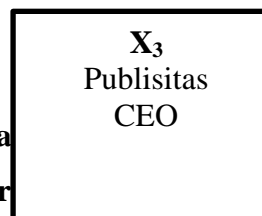
2.7 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis



2.8 Banguna

2.8.1 Pengar



ham Asing Terhadap Penghindaran Pajak

Menurut Anthony et al (2009) hubungan keagenan terjadi ketika satu pihak (Prinsipal) mempekerjakan pihak lain (Agen) untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan memberikan pihak lain tersebut wewenang untuk mengambil keputusan. Adanya perbedaan keinginan antara *principal* dan agen dinamakan *agency problem*. Semakin besar proporsi saham yang dimiliki pihak asing pada suatu perusahaan, maka semakin besar juga suara investor untuk ikut adil dalam penentuan kebijakan perusahaan. Investor menanamkan dananya pada perusahaan yang dipilih berharap perusahaan tersebut dapat memberikan tingkat pengembalian yang sesuai dengan harapan investor. Maka dari itu jika suatu perusahaan memiliki tingkat kepemilikan saham asing yang tinggi, penentuan kebijakan perusahaan dari pihak asing yang mengarah pada meminimalkan beban tanggungan pajak juga semakin tinggi. Di Indonesia, investor asing yang masuk setiap tahunnya terus meningkat. Tentunya dari sisi lain pemerintah menginginkan investor asing masuk ke Indonesia selain menanamkan modalnya, mereka juga akan membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Penalaran tersebut didukung penelitian sebelumnya oleh (Ibrahim Aramide Salihu et al. 2015), bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan saham asing pada suatu perusahaan maka semakin tinggi juga perusahaan tersebut untuk melakukan penghindaran pajak.

Perusahaan yang memiliki kepemilikan asing yang tinggi, maka suara investor dalam penentuan kebijakan perusahaan semakin kuat. Investor berharap mendapatkan tingkat pengembalian yang sesuai. Hal ini akan menimbulkan

agency theory antara *principal* dan agen. Hasil penelitian Idzni et al (2017) dan Luthfy (2019) menyatakan bahwa struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dan hasil penelitian (Anissa, Sari, and Ratnawati 2020) menyatakan kepemilikan saham asing berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan Saham Asing berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

2.8.2 Pengaruh Kualitas Informasi Internal Terhadap Penghindaran Pajak

Literatur Manajemen Akuntansi berpendapat bahwa Kualitas Informasi Internal yang tinggi akan menyebabkan peningkatan pembuatan keputusan manajerial (Hornegres 2012). Kualitas informasi internal yang tinggi meningkatkan pembuatan keputusan dengan menyediakan manajemen informasi nyata tentang kondisi finansial perusahaan dan dengan mengeliminasi penghalang antara siklus akuntansi (Brazel et al. 2008). Sesuai dengan teori perencanaan yang dikemukakan oleh Hoffman (1961) bahwa perencanaan pajak adalah kapasitas wajib pajak untuk menyusun laporan keuangan sendiri sebaik mungkin agar mendapat tarif pajak yang minimal, sehingga manajerial akan mengolah informasi sebaik mungkin agar menciptakan tarif pajak semiminal mungkin.

Selain Kualitas Informasi Internal yang tinggi memiliki dampak positif terhadap pembuatan keputusan manajerial, fokus dari penelitian ini ditekankan pada kemampuan Kualitas Informasi Internal meningkatkan keputusan yang berkaitan dengan pajak. Perusahaan dengan Kualitas Informasi Internal yang tinggi berada di posisi yang lebih mudah mengidentifikasi transaksi yang menghasilkan keuntungan pajak. Putra and Ardiyanto, (2017) dalam penelitiannya yang berjudul pentingnya kualitas informasi internal terhadap penghindaran pajak, membuktikan bahwa Kualitas Informasi Internal berpengaruh terhadap penghindaran pajak dan hasil penelitian Anissa, Sari, and Ratnawati (2020) menyatakan bahwa Kualitas

Informasi Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Maka hipotesis penelitian ini adalah:

H2 : Kualitas Informasi Internal berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

2.8.3 Pengaruh Publisitas *Chief Executive Officer* Terhadap Penghindaran Pajak

CEO merupakan pimpinan tertinggi pada perusahaan. Salah satu teori etika yaitu egoism menjelaskan bahwa semua tindakan manusia dimotivasi oleh kepentingan diri sendiri, oleh karena itu untuk tetap menjaga publisitasnya , CEO mengalami kesulitan. Penelitian yang dilakukan Duan et al (2017), memberikan hasil bahwa CEO dengan publisitas tinggi lebih cenderung menggunakan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba yang dilaporkan dan memenuhi harapan kinerja pasar.

Dalam penelitian Anissa, Sari, and Ratnawati (2020) menyatakan bahwa Publisitas CEO berpengaruh terhadap penghindaran pajak. maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3 : Publisitas CEO berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.