

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) dalam artikel yang berjudul "*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*", mendefinisikan teori agensi merupakan hubungan *principal* dan *agent*. Prinsipal adalah pihak yang memberikan wewenang kepada *agent* untuk menjalankan tugasnya atas nama *principal*, sementara agen adalah pihak yang berkewajiban untuk bertindak sesuai kepentingan *principal*. Namun dalam teori agensi menekankan bahwa *principal* dan *agent* sering kali memiliki tujuan dan presefensi yang berbeda. *Principal* menginginkan hasil yang optimal sesuai kepentingannya, sedangkan *agent* cenderung bertindak sesuai kepentingan pribadi dan manfaat yang ingin dicapainya. Perbedaan kepentingan inilah yang memunculkan konflik keagenan karena *agent* tidak selalu bertindak sejalan dengan harapan *principal*.

Dalam konteks perpajakan perbedaan kepentingan yang terjadi yaitu antara pemerintah sebagai *principal* dan manajemen perusahaan sebagai *agent*. Pemerintah bertugas untuk menghimpun pajak dari perusahaan sebanyak-banyaknya sesuai dengan peraturan yang ada. Sebaliknya, manajemen perusahaan berorientasi pada peningkatan laba dengan berusaha meminimalkan beban pajak yang ditanggung. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui cara yang legal maupun ilegal (Rosadani & Wulandari, 2023).

Indonesia menerapkan sistem pajak yaitu *self-assessment*, dimana wajib pajak berperan sebagai agen yang melaksanakan kewajiban perpajakan, sedangkan pemerintah bertindak sebagai prinsipal dalam

hubungan keagenan tersebut. Untuk melindungi kepentingannya, manajemen perusahaan sebagai agen cenderung melakukan berbagai strategi guna menekan beban pajak. Tindakan tersebut dapat berupa tindakan yang disengaja maupun bersifat agresif. Namun, tindakan yang dilakukan oleh agen tidak diharapkan oleh pemerintah sebagai *principal* karena dapat mengakibatkan berkurangnya penerimaan pajak yang seharusnya diterima oleh pemerintah (Prasetyo & Wulandari, 2021).

2.1.2 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar kepada pemerintah, baik melalui cara yang legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*). Agresivitas pajak muncul karena sistem pemungutan pajak di Indonesia yang menggunakan *self-assessment system*, di mana wajib pajak diberi kewenangan penuh untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. Kondisi ini menimbulkan peluang bagi perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak secara agresif (Rahman, 2021).

Prasetyo dan Wulandari (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa agresivitas pajak adalah upaya memanipulasi laba melalui perencanaan pajak, baik legal maupun ilegal, yang bertujuan mengurangi beban pajak. Sementara Simamora dan Rahayu (2020) menegaskan bahwa tindakan ini merupakan bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak dengan memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan.

Dalam perspektif teori agensi, agresivitas pajak muncul sebagai konsekuensi dari konflik kepentingan antara manajer perusahaan sebagai *agent* dan pemerintah sebagai *principal*. (Prasetyo & Wulandari, 2021). Manajemen sebagai *agent* bertindak untuk memaksimalkan kepentingan perusahaan dengan cara meminimalkan kewajiban pajak. Sedangkan, pemerintah menginginkan perusahaan membayarkan

pajaknya sesuai dengan peraturan yang ada. Menurut Yauris dan Agoes (2019), untuk mengetahui seberapa besar aktivitas penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan dapat dilakukan pengukuran menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

Cash effective tax rate merupakan suatu ukuran yang berbasis pada laporan arus kas yang digunakan untuk mengukur efektifitas dari strategi pengurangan pajak dan mengarahkan pada laba perusahaan yang masih tinggi setelah adanya pembayaran pajak secara kas. CETR digunakan untuk dapat merefleksikan perbedaan antara laba akuntansi dengan pajak penghasilan yang benar-benar dibayarkan perusahaan. CETR dihitung dengan membandingkan pembayaran pajak penghasilan secara kas dengan laba sebelum pajak yang didapat perusahaan. Semakin besar nilai CETR maka semakin kecil nilai penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur *Cash Effective Tax Rate* menurut Dyreng *et al.*, (2008) sebagai berikut:

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

2.1.3 *Capital Intensity*

Capital intensity merupakan rasio yang menggambarkan besaran perusahaan berinvestasi dalam bentuk aset tetap seperti tanah, bangunan, mesin dan peralatan yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. *Capital intensity* menunjukkan tingkat investasi modal perusahaan yang tertanam dalam aset tetap dan digunakan untuk mendukung aktivitas operasional dalam jangka panjang. Semakin besar nilai *Capital intensity*, semakin besar pula proporsi aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan total asetnya Menurut (Rahman, 2021).

Simamora dan Rahayu (2020) menjelaskan bahwa investasi pada aset tetap akan menimbulkan beban penyusutan setiap periode. Dalam konteks perpajakan, beban penyusutan diakui sebagai biaya fiskal yang

dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Hal ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk menurunkan laba kena pajak yang menjadi dasar pengenaan pajak. Dengan demikian, *Capital Intensity* sering dikaitkan dengan tindakan agresivitas pajak.

Capital intensity memiliki kaitan erat dengan agresivitas pajak karena tingginya investasi pada aset tetap dapat mempengaruhi besarnya laba kena pajak. Perusahaan dengan *capital intensity* yang tinggi akan menanggung beban penyusutan yang besar. Beban tersebut mengurangi laba akuntansi maupun laba fiskal, sehingga jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan menjadi lebih kecil. Oleh karena itu, semakin besar nilai *capital intensity*, semakin besar pula peluang perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak dengan memanfaatkan beban penyusutan sebagai pengurang laba kena (Rahman, 2021).

Berdasarkan Pasal 6 ayat (1) huruf b Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, depresiasi atas biaya perolehan harta berwujud serta amortisasi atas pengeluaran untuk memperoleh hak atau biaya lain dengan masa manfaat lebih dari satu tahun dapat digunakan sebagai pengurang laba fiskal. Oleh karena itu, *capital intensity ratio* berpotensi meminimalkan beban pajak karena adanya umur ekonomis aset tetap yang memicu pengakuan beban depresiasi secara berkala (Rondriguez dan Aries, 2012). Rumus untuk menghitung *capital intensity* sebagai berikut:

$$CIR = \frac{Total\ Aset\ Tetap}{Total\ Aset} \times 100\ \%$$

2.1.4 Leverage

Leverage merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana yang berasal dari utang untuk membiayai asetnya. Dengan kata lain, *leverage* mencerminkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap sumber dana eksternal dalam kegiatan operasional maupun investasi. Menurut Prasetyo dan Wulandari

(2021), *leverage* adalah perbandingan antara total kewajiban dengan total aset atau modal sendiri yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar pula proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari pinjaman.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 6 ayat (1) huruf (a), bunga pinjaman termasuk biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto, sehingga dapat mengurangi laba kena pajak. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin besar potensi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak melalui pemanfaatan beban bunga, selama kebijakan utang tersebut dikelola secara optimal.

Menurut Panjaitan dan Haq (2023), salah satu jenis rasio *leverage* atau rasio solvabilitas yang dapat digunakan adalah *Debt to Asset Ratio* (DAR). Rasio ini merupakan ukuran yang digunakan untuk membandingkan antara total aset perusahaan dengan total kewajiban atau utang yang dimiliki. Nilai dari perhitungan tersebut menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai menggunakan dana yang bersumber dari utang. Rumus untuk menghitung *leverage* menurut Brigham dan Houston (2011) sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Debts}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Menurut Simamora dan Rahayu (2020), profitabilitas dapat digunakan untuk menilai efektivitas manajemen secara keseluruhan dengan melihat sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba dari penjualan maupun investasi yang dimilikinya.

Tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Apabila laba yang diperoleh perusahaan meningkat, maka beban pajak yang harus dibayarkan juga bertambah karena pajak penghasilan badan dihitung berdasarkan besarnya laba. Kondisi ini membuat perusahaan berusaha mempertahankan laba bersih setelah pajak agar tetap tinggi di mata investor. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan cenderung mencari cara untuk menekan beban pajak yang harus dibayar. Upaya menekan pajak inilah yang dapat mendorong perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak, yaitu memanfaatkan celah-celah dalam peraturan perpajakan untuk mengurangi jumlah kewajiban pajak (Rosadani & Wulandari, 2023).

Profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA). Rasio ROA membandingkan laba setelah pajak dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai ROA yang positif menunjukkan bahwa aset yang digunakan dalam kegiatan operasional mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Sebaliknya, jika nilai ROA negatif, hal tersebut menandakan bahwa aset yang dimiliki belum mampu menghasilkan laba atau bahkan menimbulkan kerugian bagi perusahaan (Prasetyo & Wulandari, 2021). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Return On Assets* menurut Brigham dan Houston (2011) sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.6 Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana peningkatan pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan dibandingkan periode sebelumnya. Menurut Rosadani dan Wulandari (2023), pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pasar,

serta menggambarkan efektivitas manajemen dalam mengelola strategi pemasaran dan operasional. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan memperkuat posisi keuangannya.

Pertumbuhan penjualan memiliki kaitan dengan agresivitas pajak, karena peningkatan penjualan biasanya diikuti oleh kenaikan laba dan beban pajak. Untuk menekan beban tersebut, manajemen sering melakukan strategi perencanaan pajak yang lebih agresif agar laba bersih tetap optimal. Namun, beberapa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan tinggi justru cenderung lebih patuh terhadap peraturan pajak demi menjaga reputasi dan kepercayaan publik, sehingga hubungan antara pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak bisa bersifat positif maupun negatif tergantung kebijakan perusahaan. Berikut ini perhitungan yang dapat dilakukan untuk menghitung *sales growth* atau pertumbuhan penjualan menurut Kotler dan Keller (2016) dalam bukunya "Marketing Management", yaitu :

$$SG = \frac{\text{Penjualan Tahun Sekarang} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Sebelumnya}} \times 100\%$$

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, total penjualan, jumlah tenaga kerja, maupun total modal yang dimiliki. Menurut Brigham dan Houston (2011), ukuran perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan mengelola sumber daya serta kestabilan operasionalnya. Perusahaan dengan ukuran besar biasanya memiliki akses pendanaan yang lebih luas dan tingkat kepercayaan publik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Dalam penelitian akuntansi dan perpajakan, ukuran perusahaan sering diukur menggunakan total aset yang dimiliki karena mencerminkan kekayaan dan kapasitas ekonomi perusahaan.

Ukuran perusahaan berhubungan erat dengan agresivitas pajak, sebab perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya dan kemampuan yang lebih besar dalam melakukan perencanaan pajak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Yahya *et al.* (2022) perusahaan besar juga berada di bawah pengawasan publik yang ketat, sehingga lebih berhati-hati dalam melakukan praktik penghindaran pajak untuk menjaga reputasi dan citra perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil lebih berani melakukan agresivitas pajak karena pengawasan eksternal yang relatif rendah serta keterbatasan dana untuk memenuhi beban pajak yang besar.

Ukuran perusahaan memengaruhi perilaku manajemen dalam mengelola kebijakan pajak. Pada perusahaan besar, manajemen dihadapkan pada tekanan untuk menjaga reputasi dan kepatuhan terhadap peraturan, sementara pada perusahaan kecil, manajemen lebih fokus pada efisiensi laba dengan cara menekan beban pajak. Menurut Jogiyanto (2013) Ukuran perusahaan diukur menggunakan rumus *logaritma natural* total aset:

$$SIZE = LN (Total Aset)$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

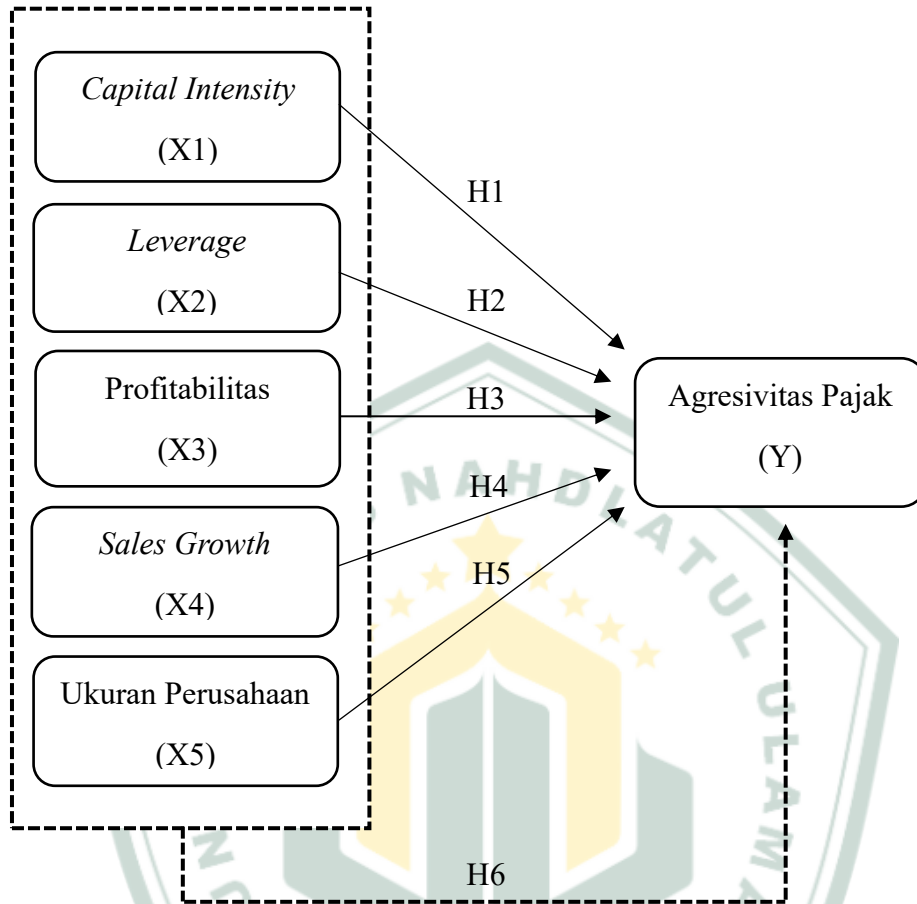
No.	Nama, Tahun, dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017.	Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, variabel <i>leverage</i> dan profitabilitas tidak	• Penambahan variabel bebas yaitu <i>capital intensity</i> dan <i>sales growth</i> • Perbedaan objek penelitian

	(Rohmansyah <i>et al.</i> , 2021)	berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Beda tahun penelitian.
2.	Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal, dan <i>Sales Growth</i> terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. (Apriyadi dan Syahputra. 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komisaris independent tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, variabel intensitas modal dan <i>sales growth</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Objek penelitian yang berbeda • Variabel bebas yang diteliti berbeda
3.	<i>Capital Intensity Drives Tax Aggressiveness In Indonesian Manufacturing.</i> (Hindayati <i>et al.</i> , 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvervatisme akuntansi dan manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, variabel <i>capital intensity</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Variabel penelitian yang berbeda • Objek yang diteliti berbeda • Tahun penelitian berbeda
4.	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak. (Adiputri dan Erlinawati. 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan <i>capital intensity</i> tidak berpengaruh	• Variabel yang diteliti • Objek yang diteliti • Tahun periode penelitian.

		signifikan terhadap agresivitas pajak.	
5.	Pengaruh <i>Deferred Tax</i> , <i>Capital Intensity</i> , dan <i>Return On Asset</i> Terhadap Agresivitas Pajak. (Margaretha <i>et al.</i> , 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>deffered tax asset</i> dan <i>return on asset</i> tidak berpengaruh secara langsung terhadap agresivitas pajak, <i>capital intensity</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak.	• Peneliti menambahkan variabel bebas berupa leverage dan sales growth • Objek penelitian.
6.	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak. (Soelistiono dan Adi. 2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Variabel <i>capital intensity</i> dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Variabel bebas yang diteliti berbeda • Objek yang diteliti berbeda • Tahun penelitian berbeda.
7.	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Utang dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak. (Azzahra, 2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Variabel kebijakan utang dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Variabel yang diteliti berbeda • Tahun penelitian yang berbeda • Objek penelitian yang diteliti berbeda.
8.	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Intensitas Persediaan dan Ukuran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas,	• Variabel penelitian yang berbeda.

	Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Energy yang Terdaftar di Bursa Efek Tahun 2019-2022. (aldhiov <i>et al.</i> , 2024)	intensitas persediaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Sedangkan variabel <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.	• Perbedaan perusahaan yang diteliti.
9.	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. (Muliasari dan Hidayat. 2020)	Hasil penelitian menunjukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Variabel <i>leverage</i> dan komisaris independen berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak.	• Objek penelitian berbeda • Variabel bebas peneltian berbeda.
10.	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak. (Panjaitan dan Haq. 2023)	Hasil penelitian profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Variabel <i>leverage</i> dan intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap agresvitas pajak .	• Peneliti menambahkan variabel sales growth dan ukuran perusahaan • Objek yang diteliti berbeda

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1

Kerangka Berpikir

Keterangan:

- > = Secara parsial
- - - -> = Secara simultan

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dan jawaban akan diberikan berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berikut rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

2.4.1 Pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks penelitian ini, pemerintah dapat diposisikan sebagai *principal* berkepentingan untuk memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan bertindak sebagai *agent* bertanggung jawab dalam mengelola operasional dan keuangan perusahaan. Perbedaan kepentingan tersebut mendorong manajemen untuk melakukan tindakan dalam menekan beban pajak perusahaan salah satunya melalui investasi perusahaan terhadap aset tetap yang diukur dengan *capital intensity*.

Capital intensity merupakan bentuk investasi perusahaan pada aset tetap yang digunakan dalam kegiatan operasional untuk menghasilkan laba yang akan menimbulkan beban depresiasi (Prasetyo & Wulandari, 2021). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, Pasal 6 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa biaya penyusutan dan amortisasi termasuk dalam kategori biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto, karena merupakan bagian dari pengeluaran yang timbul dalam rangka memperoleh, menagih, dan memelihara penghasilan perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi investasi perusahaan pada aset tetap, maka semakin besar pula beban depresiasi yang timbul. Beban depresiasi tersebut dapat mengurangi laba kena pajak yang harus dibayarkan perusahaan, kondisi ini menunjukkan bahwa *capital intensity* dapat dimanfaatkan sebagai salah satu cara untuk menekan beban pajak perusahaan, sehingga berpotensi mendorong terjadinya agresivitas pajak.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosadani dan wulandari (2023) bahwa variabel *capital intensity* memiliki pengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Soelistono dan Adi

(2022) yang menyatakan bahwa variabel *capital intensity* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2.4.2 Pengaruh *Leverage* terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai *principal* berkepentingan untuk memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan sebagai *agent* cenderung berupaya mengefisienkan beban pajak melalui berbagai kebijakan keuangan perusahaan, salah satunya adalah kebijakan pendanaan. Pemilihan sumber pendanaan yang berasal dari utang akan menimbulkan beban bunga yang dapat mempengaruhi besarnya laba kena pajak perusahaan.

Leverage merupakan bentuk tindakan agresivitas pajak yang berkaitan dengan kebijakan pendanaan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan menggunakan utang sebagai sumber pembiayaan operasional yang dapat mempengaruhi besarnya beban pajak. Menurut ketentuan Pasal 6 ayat (1) huruf 3 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh), bunga pinjaman termasuk dalam biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan kena pajak. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *leverage* yang digunakan dalam kegiatan operasional, semakin besar pula beban bunga yang harus dibayar, sehingga dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Oleh karena itu, *leverage* dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muliasari dan Hidayat (2020) terhadap variabel *leverage* menunjukkan bahwa

variabel *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2023) yang menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2.4.3 Pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai *principal* berkepentingan untuk memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan sebagai *agent* cenderung berupaya mempertahankan laba perusahaan pada tingkat yang menguntungkan. Perbedaan kepentingan tersebut dapat mendorong manajemen untuk mengambil berbagai keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan laba perusahaan. Salah satu indikator yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode satu tahun. Tingkat profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA), yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Ketika perusahaan mampu mengelola dan menggunakan asetnya secara efisien dalam kegiatan operasional, maka pendapatan yang diperoleh akan semakin tinggi (Rosadani & Wulandari, 2023). Dengan demikian, semakin tinggi nilai ROA maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh perusahaan yang akan berdampak pada meningkatnya pajak penghasilan yang harus dibayarkan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk

menekan beban pajaknya, sehingga profitabilitas berpotensi mendorong terjadinya agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil penelitian oleh rahma (2021) terhadap variabel profitabilitas menunjukkan hasil bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Aldhinov *et al.*, (2024) bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2.4.4 Pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai *principal* berkepentingan untuk memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan sebagai *agent* cenderung berupaya menjaga kinerja perusahaan dan mengefisienkan beban yang harus ditanggung, termasuk beban pajak. Salah satu indikator yang mencerminkan perkembangan kinerja perusahaan adalah *sales growth*. Tingginya pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan peningkatan aktivitas usaha perusahaan yang berpotensi meningkatkan laba, sehingga dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengelolaan pajak agar beban pajak yang timbul tidak semakin besar.

Sales growth merupakan cerminan dari keberhasilan perusahaan pada periode sebelumnya yang dapat digunakan sebagai indikator untuk memprediksi kinerja penjualan di masa mendatang. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin besar pula volume penjualan yang dicapai perusahaan. Peningkatan volume penjualan

tersebut akan berdampak pada meningkatnya laba yang diperoleh, yang pada akhirnya juga meningkatkan beban pajak perusahaan (Rosadani & Wulandari, 2023). Dengan demikian, perusahaan dengan tingkat *sales growth* yang tinggi cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk menekan beban pajaknya agar laba perusahaan tetap optimal.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriyadi dan Syahputra (2024) yang menunjukkan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Pravitasari dan Khoiriawati (2022) yang menyatakan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: *Sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2.4.5 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai *principal* berkepentingan memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan sebagai *agent* cenderung berupaya mengefisienkan beban pajak. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kondisi tersebut adalah ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula total aset yang dimiliki dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Peningkatan laba tersebut akan berdampak pada meningkatnya beban pajak, sehingga ukuran perusahaan diduga dapat mendorong terjadinya agresivitas pajak.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset yang dimiliki. Total aset tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan

kegiatan operasional dan mendukung produktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba (Rosadani & Wulandari, 2023). Dengan demikian, semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat produktivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Peningkatan laba tersebut akan berdampak pada meningkatnya beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Kondisi ini dapat mendorong manajemen untuk melakukan strategi pengelolaan pajak guna menekan beban pajak yang harus dibayarkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosadani dan Wulandari (2023) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ananda *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2.4.6 Pengaruh *capital intensity*, *leverage*, *profitabilitas*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, hubungan antara *principal* dan *agent* menekankan perbedaan kepentingan. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai *principal* berkepentingan untuk memperoleh penerimaan pajak secara optimal, sedangkan manajemen perusahaan sebagai *agent* cenderung berupaya mengefisienkan beban pajak. Dalam penelitian ini, *capital intensity* berkaitan dengan keputusan investasi perusahaan pada aset tetap yang dapat menimbulkan beban depresiasi, *leverage* berkaitan dengan penggunaan utang yang menimbulkan beban bunga, *profitabilitas* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, *sales growth* menunjukkan pertumbuhan penjualan perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan menggambarkan besar

kecilnya perusahaan berdasarkan total aset yang dimiliki. Kelima faktor tersebut dapat memengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan pengelolaan pajak perusahaan.

Secara bersamaan, *capital intensity*, *leverage*, profitabilitas, *sales growth*, dan ukuran perusahaan memiliki peran dalam memengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. *Capital intensity* dan *leverage* dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk menekan laba kena pajak melalui beban depresiasi dan beban bunga. Sementara itu, profitabilitas, *sales growth*, dan ukuran perusahaan berkaitan dengan peningkatan laba perusahaan yang dapat berdampak pada meningkatnya beban pajak. Kondisi tersebut dapat mendorong manajemen untuk melakukan strategi pengelolaan pajak guna menekan kewajiban pajak perusahaan. Dengan demikian, ketika kelima faktor tersebut saling memengaruhi kondisi keuangan perusahaan maka perusahaan berpotensi menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang lebih tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Legowo *et al.*, (2021) menyatakan bahwa secara simultan *capital intensity*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Pravitasari dan Khoiriawati (2022) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan, *capital intensity* dan *sales growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: *Capital intensity*, *leverage*, profitabilitas, *sales growth*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak.