

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan keterikatan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (agen) yang diberi wewenang untuk mengelola perusahaan dan mengambil keputusan bisnis. Jensen dan Meckling (1976) “memaparkan bahwa teori ini merupakan bentuk kontrak antara satu atau sejumlah pemilik perusahaan yang mendelegasikan wewenangnya pada pengelola untuk menjalankan perusahaan.”

Konflik keagenan (*agency conflict*) muncul saat manajer bertindak untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri, yang belum tentu selaras dengan kepentingan pemilik perusahaan. Hal ini terjadi sebab jika menyangkut kondisi internal organisasi, manajer lebih terinformasi daripada pemilik. Sehingga, muncul asimetri informasi yang bisa dimanfaatkan manajer untuk bertindak oportunistik.

Timothy (2010) memaparkan bahwa “konflik antara pemegang saham dan manajemen disebabkan oleh perbedaan kepentingan. Salah satu bentuk tindakan oportunistik adalah agresivitas pajak, yakni upaya manajer untuk meminimalkan beban pajak demi meningkatkan keuntungan perusahaan.” Tetapi, tindakan ini seringkali menimbulkan biaya tinggi, seperti biaya non-pajak untuk memanipulasi transaksi. Hal ini justru bisa merugikan pemegang saham sebab manfaat yang didapat tidak sebanding dengan risiko dan biaya yang ditanggung.

Untuk mengatasi konflik ini, diperlukan sistem *Good Corporate Governance* (GCG) yang efektif guna memantau dan mengendalikan tindakan manajer.

Implementasi GCG memungkinkan perusahaan untuk meminimalkan konflik kepentingan dan meningkatkan transparansi serta akuntabilitas dalam pengambilan keputusan (Panda dan Leepsa, 2017).

Di lain sisi, praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga terkait dengan teori keagenan. CSR merupakan salah satu bentuk komitmen manajer untuk memperlihatkan tanggung jawab sosial perusahaan dan memberikan citra positif di mata para pemangku kepentingan. Melalui pengungkapan CSR, diharapkan manajer bisa meningkatkan kinerja sosial perusahaan dan memperoleh kepercayaan dari pemilik ataupun masyarakat luas. Terkait dengan hal itu, hubungan yang harmonis antara manajer dan pemilik perusahaan bisa dibangun oleh aspek penting yang disebut dengan CSR.

Secara keseluruhan, masalah keagenan merupakan isu yang hampir senantiasa ada dalam tiap-tiap bisnis. Konflik ini bisa diminimalkan melalui implementasi tata kelola perusahaan yang baik dan pengungkapan CSR yang transparan, sehingga tercipta keseimbangan kepentingan antara agen dan *principal* dalam menjalankan perusahaan.

2.1.2 Agresivitas Pajak

a. Pengertian Agresivitas Pajak

Tindakan pajak agresif dalam penelitian ini merujuk pada pengertian pajak agresif yang digunakan oleh Frank et al (2009) dalam Hidayanti (2013), yakni “suatu tindakan yang bermaksud untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak baik menggunakan cara yang legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*).”

Upaya wajib pajak untuk mengurangi kewajiban pajaknya tanpa melanggar peraturan perpajakan yang berlaku dikenal sebagai *tax avoidance* pajak. Mardiasmo (2011:8) memaparkan bahwa upaya untuk mengurangi kewajiban pajak dengan tetap mematuhi peraturan perundang-undangan dikenal dengan penghindaran pajak. Selaras dengan pendapat itu, Heru (Budiman dan Setiyono, 2012) memaparkan bahwa “penghindaran pajak dilakukan melalui pemanfaatan ketentuan yang tersedia dalam peraturan perpajakan, seperti pengecualian, potongan, atau penundaan pajak yang belum diatur secara spesifik. Contoh dari tindakan *tax avoidance* antara lain adalah mengarahkan transaksi pada aktivitas yang bukan merupakan objek pajak atau mengarahkan transaksi agar menghasilkan biaya yang diperkenankan sebagai pengurang penghasilan kena pajak.” (Carolina *et al*, 2014)

Berbeda halnya dengan *tax evasion* atau penggelapan pajak, yang merupakan tindakan ilegal dalam upaya meminimalisir beban pajak. Mardiasmo (2009) memaparkan bahwa “penggelapan pajak adalah usaha wajib pajak dalam meringankan beban pajak dengan cara melanggar ketentuan undang-undang perpajakan. Tindakan ini dilakukan dengan sengaja, seperti memalsukan laporan keuangan, tidak melaporkan sebagian atau seluruh penghasilan dalam Surat Pemberitahuan (SPT), menggunakan dokumen palsu, atau tindakan lainnya yang bermaksud untuk memperkecil jumlah pajak yang harus dibayar.”

Hlaing (2012) dalam Kholid (2018) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai “aktivitas perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha meminimalisir tingkat pajak yang efektif.” Bisa diambil kesimpulan bahwa

masyarakat dan pemerintah bisa dirugikan akibat agresif pajak. Perusahaan yang melakukan agresif pajak berusaha meminimalkan pajak untuk mencapai tujuan mereka. Masyarakat, yang tidak memiliki akses ke fasilitas yang memadai, dan pendapatan negara akan terdampak.

b. Indikator Agresivitas Pajak

Indikator agresivitas pajak suatu perusahaan, terlebih jika nilainya mendekati nol adalah ETR. Kecenderungan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak agresif mengalami kenaikan seiring dengan ETR yang lebih rendah (Lanis & Richardson, 2012 dalam Napitu dan Kurniawan, 2016). Dengan kata lain, ETR yang rendah memperlihatkan beban pajak yang lebih rendah dan mencerminkan pendekatan proaktif untuk mengurangi kewajiban pajak. Di sisi lain, agresivitas pajak yang lebih rendah ditunjukkan oleh ETR yang lebih tinggi. Adapun rumus ETR untuk mengukur agresivitas pajak adalah:

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

2.1.3 Corporate Social Responsibility

a. Pengertian Corporate Social Responsibility

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan yang melibatkan keterlibatan perusahaan dalam masyarakat dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Kewajiban semua perusahaan untuk menjalankan operasi bisnis yang sehat secara moral dan finansial dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Praktik yang memaparkan bagaimana operasi perusahaan memengaruhi kelompok sosial khusus dan masyarakat luas pada tingkat lingkungan dan sosial dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, atau CSR (Masyitah, 2016). Di

sisi lain, Dewan Bisnis Dunia untuk Tanggung Jawab Sosial (WBCSD) memaparkan bahwa CSR merupakan cara bagi bisnis untuk memperlihatkan komitmen mereka pada perilaku moral dan mendukung ekonomi berkelanjutan.

Penelitian Masyitah (2016) memaparkan bahwa “tanggung jawab sosial merupakan sebuah komitmen dari suatu perusahaan yang tidak menyediakan jasa dan barang bagi masyarakat ataupun dalam mempertahankan kualitas lingkungan sosial secara fisik ataupun memberikan kontribusi secara positif pada kemakmuran lingkungan masyarakat dimana mereka berada.” Tanggung jawab sosial untuk mempertimbangkan lingkungan saat menjalankan operasinya juga dimiliki oleh perusahaan, selain mengutamakan keuntungan atau manfaat.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa salah satu cara bisnis bisa memperlihatkan tugas sosialnya pada lingkungan dan masyarakat adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan. CSR bukan hanya kewajiban, tetapi juga komitmen perusahaan dalam menjalankan praktik bisnis yang beretika serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Perusahaan juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas operasionalnya.

b. Indikator *Corporate Social Responsibility*

Indikator *corporate social responsibility* dalam penelitian ini mengacu pada standar pengungkapan keberlanjutan yang ditetapkan oleh GRI. *GRI Standards* menyediakan pedoman yang terstruktur bagi perusahaan untuk melaporkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial dari aktivitas operasionalnya secara transparan dan akuntabel (GRI, 2021).

GRI *Standards* memuat dua jenis modul, yakni standar umum dan standar spesifik. Standar umum memuat (GRI 101) *Foundation*, (GRI 102) *General Disclosure*, serta (GRI 103) *Management Approach*. Di lain sisi, standar spesifik memuat aspek ekonomi (GRI 200), lingkungan (GRI 300), dan sosial (GRI 400) (Eka Putra *et al.*, 2022). Dalam GRI *Standards* ada elemen pelaporan yang bersifat wajib ataupun opsional, serta panduan tambahan yang bisa dimanfaatkan dalam penyusunan laporan keberlanjutan (Gunawan & Meiden, 2021). Terkait dengan hal itu, perusahaan disarankan untuk menggunakan pedoman GRI *Standards* dalam melaporkan aktivitas usahanya, agar publik bisa menilai sejauh mana perusahaan sudah mengimplementasikan praktik keberlanjutan, termasuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Global Reporting Initiative (2018) memaparkan bahwa GRI memberikan arahan terkait indikator kinerja yang berfungsi sebagai pedoman pelaporan berkelanjutan, yang dituangkan dalam GRI *Standards* (Eka Putra *et al.*, 2022). Pengungkapan CSR diukur berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah Skor Pengungkapan CSR}}{\text{Item Pengungkapan CSR}}$$

2.1.4 Good Corporate Governance

a. Pengertian Good Corporate Governance

Wahyudi Prakarsa (2007:120) memaparkan bahwa “*Good Corporate Governance* yaitu mekanisme administratif yang mengatur hubungan antara manajemen perusahaan, komisaris, direksi, pemegang saham dan kelompok kepentingan (*stakeholders*) yang lain.” Keterkaitan itu diwujudkan melalui sejumlah bentuk regulasi dan sistem insentif yang membentuk kerangka kerja guna

merumuskan tujuan perusahaan, strategi pencapaiannya, serta mekanisme pemantauan pada kinerja yang dicapai.

b. Prinsip *Good Corporate Governance*

National Committee on Governance (2006) yang dikutip oleh Sukrisno Agoes (2009:104) memaparkan bahwa lima prinsip utama dalam *Good Corporate Governance* memuat:

1) Transparansi

Bisnis perlu menyajikan informasi relevan dan signifikan dengan cara mudah diakses dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat guna menjaga netralitas di pasar. Informasi ini memuat informasi yang bisa membantu pemberi pinjaman, investor, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengambil keputusan, selain informasi yang diwajibkan oleh hukum.

Prinsip transparansi dijalankan berdasarkan sejumlah pedoman dasar, antara lain:

- a) Informasi yang diberikan oleh perusahaan harus disampaikan secara cepat, jelas, cukup, dan akurat, serta mudah diakses dan dibandingkan oleh pihak yang berkepentingan selaras dengan haknya.
- b) Visi, misi, tujuan, dan strategi perusahaan, situasi keuangan, struktur manajemen dan kompensasi, pemegang saham utama, kepemilikan saham direktur dan komisaris serta keluarga mereka di perusahaan atau entitas lain, sistem manajemen risiko, pengawasan internal, penerapan dan kepatuhan GCG, dan peristiwa penting yang dapat memengaruhi keadaan perusahaan semuanya termasuk dalam informasi yang diungkapkan.

- c) Prinsip transparansi yang diimplementasikan perusahaan tidak menghilangkan kewajiban untuk menjaga informasi rahasia sesuai aturan hukum, termasuk rahasia jabatan dan privasi individu.
- d) Tiap-tiap kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan perlu dituangkan secara tertulis dan disampaikan secara proporsional pada para pemangku kepentingan.

2) Akuntabilitas

Akuntabilitas kinerja yang adil dan transparan merupakan persyaratan bagi bisnis. Hal ini dapat dicapai melalui manajemen yang terfokus, efisien, dan mempertimbangkan kepentingan pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya. Mencapai kinerja berkelanjutan dimulai dengan akuntabilitas.

Berikut ialah sejumlah pedoman pokok pelaksanaan prinsip dari akuntabilitas:

- a) Untuk meningkatkan efisiensi dan mencapai tujuan, perusahaan harus memastikan bahwa tugas dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan jelas dimiliki oleh tiap-tiap karyawan dan tiap-tiap bagian dalam perusahaan. Visi, misi, nilai-nilai dasar, dan strategi perusahaan yang telah ditetapkan harus tercermin dalam pembagian tugas ini.
- b) Perusahaan harus sepenuhnya yakin bahwa setiap departemen dan karyawan di perusahaan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka. Keberhasilan penerapan tata kelola perusahaan yang baik bergantung pada keyakinan ini.
- c) Perusahaan harus memastikan bahwa sistem pengendalian internal berfungsi dengan baik untuk menunjang aktivitas operasionalnya.

- d) Perusahaan perlu menetapkan indikator kinerja bagi seluruh jenjang organisasi yang selaras dengan tujuan bisnis perusahaan, serta dilengkapi dengan sistem penghargaan dan sanksi (*reward and punishment system*).
- e) Etika bisnis dan kaidah perilaku (*code of conduct*) harus menjadi landasan bagi seluruh aspek organisasi, termasuk pegawai dan organnya, dalam menjalankan tugas dan kewajibannya.

3) **Responsibilitas**

Perusahaan harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku dan mengimplementasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk memastikan keberlanjutan bisnis jangka panjang dan diakui sebagai warga korporat yang baik.

Berikut ialah pedoman pokok pelaksanaan prinsip dari responsabilitas:

- a) Organ perusahaan harus menjalankan tugasnya dengan hati-hati dan tetap patuh pada hukum, anggaran dasar, serta aturan yang berlaku di dalam perusahaan.
- b) Tanggung jawab sosial perusahaan memuat perhatian pada kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan, terlebih di sekitar area operasional. Hal ini perlu diwujudkan melalui perencanaan dan pelaksanaan aktivitas sosial yang memadai.

4) **Independensi**

Demi kelancaran implementasi prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), pengelolaan perusahaan harus dilakukan secara independen, sehingga tiap-tiap organ perusahaan bisa menjalankan fungsinya tanpa saling mendominasi ataupun menerima campur tangan dari pihak luar.

Berikut ialah pedoman pokok pelaksanaan prinsip dari resportabilitas:

- a) Masing-masing bagian dalam perusahaan harus bekerja tanpa adanya dominasi atau pengaruh dari pihak lain, terbebas dari konflik kepentingan dan tekanan, sehingga keputusan yang diambil tetap objektif.
- b) Tiap-tiap organ perusahaan wajib menjalankan peran dan tanggung jawabnya berdasarkan ketentuan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, tanpa saling mendominasi ataupun melepaskan tanggung jawab pada organ lainnya.

5) ***Fairness* atau keadilan**

Prinsip fundamental kewajaran dan kesetaraan mengharuskan perusahaan untuk senantiasa memperhatikan hak dan kepentingan para pemegang saham serta pemangku kepentingan lainnya dalam tiap-tiap aktivitasnya, dengan berlandaskan pada asas keadilan dan perlakuan yang setara.

Berikut ialah pedoman pokok pelaksanaan prinsip dari fairness:

- a) Perusahaan harus memberikan kesempatan kepada para pemangku kepentingan untuk memberikan saran dan menyuarakan pendapat mereka atas nama perusahaan. Perusahaan juga harus memberikan akses informasi sesuai dengan prinsip transparansi dalam peran masing-masing.
- b) Perusahaan harus memperlakukan para pemangku kepentingan secara adil dan setara berdasarkan kontribusi dan keuntungan yang mereka tawarkan kepada perusahaan.
- c) Perusahaan harus memberikan kesempatan yang sama kepada setiap orang dalam hal perekrutan, pengembangan karier, dan kinerja tugas, tanpa

memandang karakteristik fisik, jenis kelamin, warna kulit, agama, atau etnis mereka.

c. Tujuan *Good Corporate Governance*

Siswanto Sutojo (2008:5) memaparkan bahwa berikut ialah sejumlah tujuan dari *Good Corporate Governance* (GCG):

- 1) Menjaga hak dan kepentingan pemegang saham.
- 2) Menjaga kepentingan dan hak pemangku kepentingan yang bukan pemegang saham.
- 3) Memaksimalkan kepentingan pemegang saham dan nilai bisnis.
- 4) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi dewan direksi dan manajemen perusahaan.
- 5) Meningkatkan komunikasi dan kolaborasi dewan direksi dan manajemen eksekutif perusahaan.

Tujuan GCG juga dikemukakan oleh Amin Widjaya Tunggal (2011:34). Tujuan GCG, yakni:

- 1) Keberhasilan dalam merealisasikan sasaran yang sudah ditentukan.
- 2) Aset perusahaan terlindungi dan dikelola secara optimal.
- 3) Perusahaan mengelola usahanya berdasarkan prinsip-prinsip bisnis yang etis dan berintegritas.
- 4) Perusahaan menjalankan operasionalnya secara transparan.

d. Manfaat *Good Corporate Governance*

Hery (2010:5) memaparkan bahwa berikut ialah sejumlah manfaat dari GCG:

- 1) Dengan diimplementasikannya prinsip-prinsip GCG, perusahaan terdorong untuk mengelola sumber dayanya secara efisien dan tepat guna, yang kemudian memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi nasional.
- 2) GCG membantu membangun kepercayaan investor dan pemberi pinjaman, baik lokal ataupun internasional, yang pada akhirnya memungkinkan perusahaan dan negara memperoleh investasi dengan biaya yang lebih efisien.
- 3) Implementasi GCG membantu perusahaan menjalankan operasionalnya selaras dengan hukum dan aturan yang berlaku di lingkungan perusahaan.
- 4) GCG berperan dalam mendukung manajemen dan dewan perusahaan dalam mengawasi pemanfaatan aset perusahaan secara efektif dan bertanggung jawab.
- 5) Meminimalisir korupsi.

e. Indikator *Good Corporate Governance*

Corporate Governance Perception Index (CGPI) adalah sebuah penelitian dan pemeringkatan yang menilai sejauh mana prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) diimplementasikan oleh perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Riset ini dijalankan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). Perusahaan yang terdaftar dalam pemeringkatan *corporate governance* terbukti sudah mengimplementasikan tata kelola perusahaan yang baik, yang secara langsung berdampak positif pada kenaikan nilai saham perusahaan itu (Indiarti, 2013).

Pengukuran variabel *Good Corporate Governance* mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh IICG tahun 2005. CGPI disusun berdasarkan lima

indikator yaitu, hak pemegang saham (Subindeks A), dewan direksi (Subindeks B), dewan komisaris (Subindeks C), komite audit dan auditor internal (Subindeks D), pengungkapan pada investor (Subindeks E). Ada 38 item yang diungkapkan oleh CGPI untuk menilai *Corporate Governance* yang berada dalam laporan tahunan perusahaan (Sari & Widaninggar, 2020). Skor pada masing – masing subindeks dinilai dengan 1 jika memenuhi dan 0 jika tidak memenuhi. Adapun rumus CGPI adalah sebagai berikut:

$$CGPI = \frac{A + B + C + D + E}{Total\ Item} \times 100\%$$

Keterangan:

CGI = *Corporate Governance Index*

A = Hak Pemegang Saham

B = Dewan direktur

C = Dewan komisaris

D = Komite audit dan auditor internal

E = Pengungkapan pada investor

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Satriawaty Migang dan Winda Rivia Dina, (2020)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	X1 = <i>Corporate Governance</i> X2 = <i>Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini memperlihatkan bahwa corporate governance, jika diperhatikan dari peran komisaris independen dan

		Pada Agresivitas Pajak	Y = Agresivitas Pajak	kepemilikan institusional, serta implementasi tanggung jawab sosial perusahaan, berpengaruh pada agresivitas pajak. Tetapi, komite audit tidak ditemukan memiliki pengaruh pada agresivitas pajak.
2	Dea Anas Stasya Insani, Ahmad Wahyudin, Laily Nur Aini, dan Zulviar Anas, (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Pada Agresivitas Perpajakan	X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = <i>Good Corporate Governance</i> Y = Agresivitas Pajak	Penelitian ini menemukan bahwa CSR, kepemilikan manajerial, dan kualitas audit tidak memengaruhi tindakan agresif dalam perpajakan. Sebaliknya, komite audit terbukti berperan dalam memengaruhi perilaku pajak agresif.
3	Zulia Hanum, dan Jihan Faradila, (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI	X = <i>Corporate Social Responsibility</i> Y = Agresivitas Pajak	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa variabel CSR berpengaruh pada agresivitas pajak
4	Windy Ayu Atwiningsih dan Pujianto, (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap agresivitas pajak	X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = <i>Good Corporate Governance</i>	Hasil dari penelitian memaparkan bahwa CSR tidak memperlihatkan dampak yang signifikan pada

		pada Perusahaan Sektor Pertanian dan Pertambangan	Y = Agresivitas Pajak	kecenderungan untuk meminimalkan pembayaran pajak. GCG yang diukur dengan variabel Dewan Direksi memiliki pengaruh yang signifikan pada agresivitas pajak. Di lain sisi, variabel Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada agresivitas pajak.
5	Annisa Muthmainnah Ichwan, Haliah, dan Haerial, (2023)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Agresivitas Pajak	X1 = <i>Good Corporate Governance</i> X2 = <i>Corporate Social Responsibility</i> Y = Agresivitas Pajak	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa ada pengaruh negatif GCG pada agresivitas pajak sementara CSR tidak berpengaruh secara signifikan.
6	Evi Nur Hajjah, Ratna Septiyanti, & Yenni Agustina, (2022)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i> Pada Agresivitas Pajak	X ₁ = <i>Corporate Social Responsibility</i> X ₂ = <i>Corporate Governance</i> Y = Agresivitas Pajak	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh positif pada agresivitas pajak, CSR, jumlah komisaris independen, kepemilikan institusional, dewan direksi,

				dan komite audit tidak berpengaruh pada agresivitas pajak.
7	Latifah Ayu Adharani & Junaidi, (2022)	<i>Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Agresivitas Pajak	$X_1 = \text{Corporate Governance}$ $X_2 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $Y = \text{Agresivitas Pajak}$	<p>Temuan penelitian memperlihatkan bahwa ukuran dewan direksi memengaruhi secara negatif pada agresivitas pajak, proporsi komisaris independen memengaruhi secara positif pada agresivitas pajak, keahlian anggota komite audit tidak memengaruhi agresivitas pajak, kepemilikan publik tidak memengaruhi agresivitas pajak, pengungkapan CSR tidak memengaruhi agresivitas pajak.</p>
8	Nurul Hidayati & Fidiana, (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> Pada Penghindaran Pajak	$X_1 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_2 = \text{Good Corporate Governance}$ $Y = \text{Penghindaran Pajak}$	<p>Temuan penelitian memperlihatkan bahwa CSR berpengaruh positif pada penghindaran pajak. Di lain sisi GCG yang diprosikan komisaris independen, komite audit, dan kualitas audit tidak berpengaruh</p>

				pada penghindaran pajak
9	Juniati Gunawan, (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Corporate Governance</i> Pada Agresivitas Pajak	X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = <i>Corporate Governance</i> Y = Agresivitas Pajak	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa CSR berpengaruh signifikan pada agresivitas pajak. Tetapi demikian, pengujian untuk CG memperlihatkan bahwa CG tidak berpengaruh signifikan pada agresivitas pajak
10	Dea Listika Sari, (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kepemilikan Mayoritas dan <i>Corporate Governance</i> Pada Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011- 2014)	X1 = <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 = Kepemilikan Mayoritas X3 = <i>Corporate Governance</i> Y = Agresivitas Pajak	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa CSR berpengaruh pada agresivitas pajak, kepemilikan mayoritas berpengaruh negatif pada agresivitas pajak, CG berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

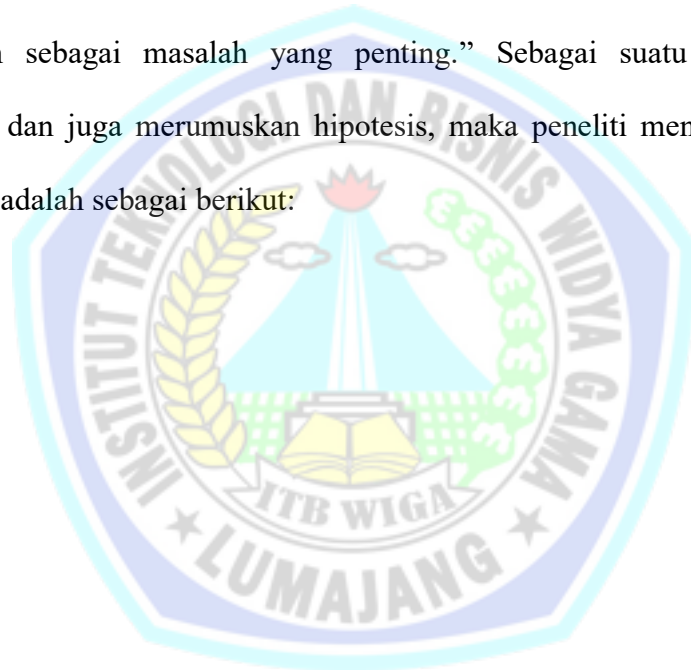
2.3 Kerangka Penelitian

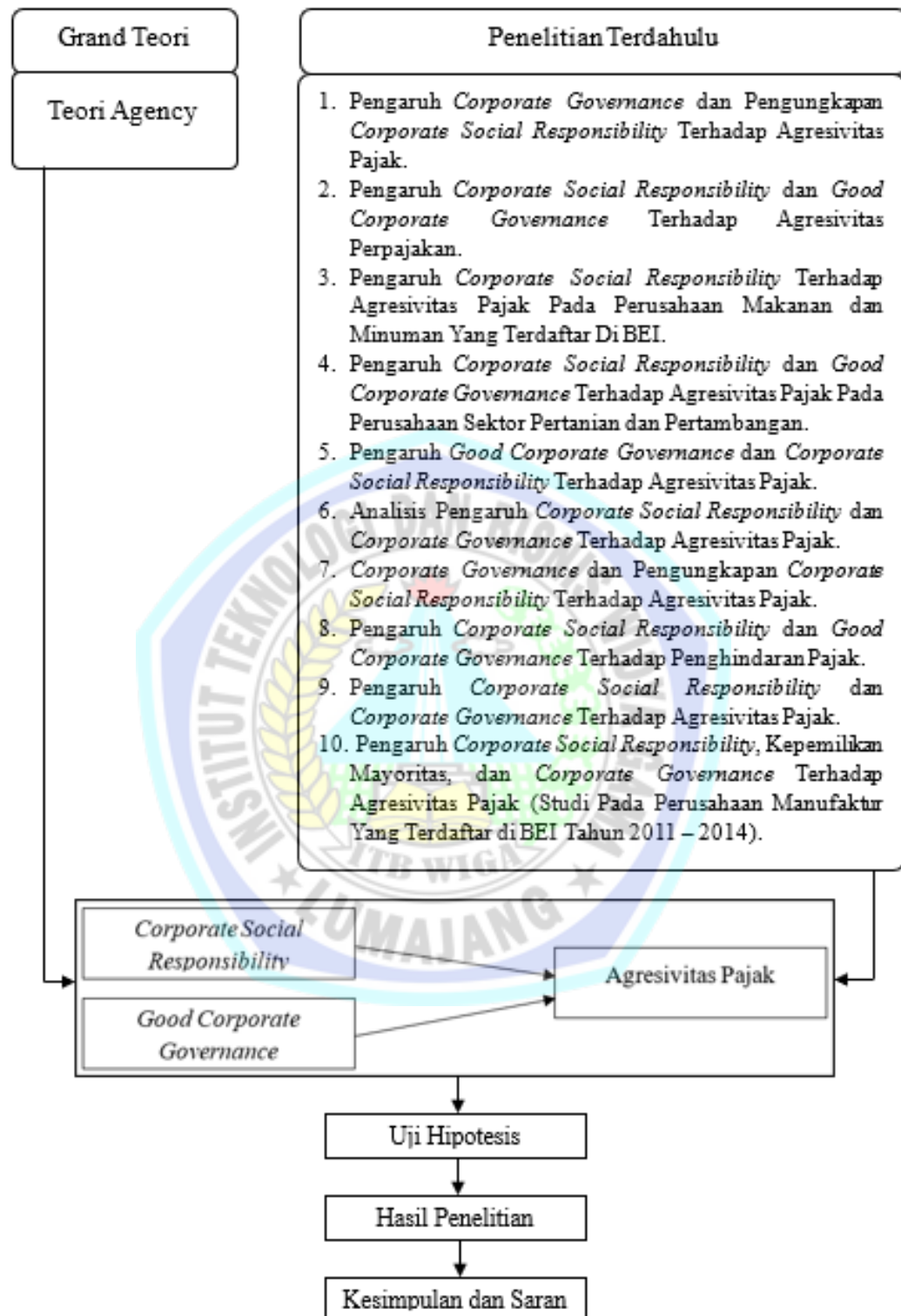
Sugiyono (2017) memaparkan bahwa “kerangka riset atau penelitian merupakan alur berpikir yang sistematis dengan mengimplementasikan sejumlah model konseptual terkait bagaimana teori-teori yang ada memiliki keterkaitan dengan faktor-faktor yang sudah diidentifikasi sebagai permasalahan dalam suatu topik penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk menjelaskan keterkaitan antar

variabel-variabel penelitian dan menjadi dasar dalam merumuskan hipotesis atau dugaan sementara.”

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini di jelaskan atau digambarkan bagaimana hubungan antara variabel independen yaitu CSR dan GCG. Sugiyono (2014) memaparkan bahwa “kerangka berpikir merupakan suatu model konseptual dimana teori yang digunakan memiliki keterkaitan dengan sejumlah faktor yang sudah diputuskan sebagai masalah yang penting.” Sebagai suatu landasan dalam menyusun dan juga merumuskan hipotesis, maka peneliti menyajikan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah, 2025

2.3.2 Kerangka Konseptual

Notoadmodjo (2018) memaparkan bahwa kerangka konseptual adalah gambaran hubungan antara konsep atau variabel yang diteliti, dan digunakan untuk memaparkan bagaimana satu variabel memiliki keterkaitan dengan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini kerangka konseptual adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan pada kerangka konseptual diatas, hubungan antar variabel dalam kerangka konseptual itu adalah sebagai berikut:

- a. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dihipotesiskan berpengaruh pada Agresivitas Pajak.

Perusahaan yang secara aktif mengungkapkan dan menjalankan tanggung jawab sosialnya cenderung memiliki kepatuhan pajak yang lebih tinggi sebab CSR mencerminkan komitmen perusahaan pada etika dan kepatuhan pada peraturan, termasuk pajak. Maka bisa diambil kesimpulan, perusahaan yang memiliki citra baik cenderung menghindari kemungkinan adanya sanksi perpajakan sebagai dampak dari tindakan agresivitas pajak yang dilakukan. Terkait dengan hal itu,

semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin rendah tindakan agresivitas pajak yang dijalankan oleh perusahaan.

- b. *Good Corporate Governance* (GCG) dihipotesiskan berpengaruh pada Agresivitas Pajak.

Implementasi prinsip-prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab diyakini bisa meminimalisir tindakan oportunistik manajemen, termasuk dalam penghindaran pajak. Transparansi mendorong perusahaan untuk menyajikan informasi keuangan secara jujur dan terbuka pada para pemangku kepentingan, sehingga mempersulit manajemen untuk melakukan manipulatif dalam pelaporan pajak. Akuntabilitas memastikan bahwa manajemen bertanggung jawab atas tiap-tiap keputusan yang diambil, termasuk keputusan strategis terkait pajak. Di lain sisi, prinsip tanggung jawab menuntut perusahaan untuk tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya pada negara dan masyarakat luas, termasuk dalam hal kontribusi pajak. Terkait dengan hal itu, semakin tinggi implementasi GCG dalam perusahaan, maka perusahaan itu melakukan agresivitas pajak akan semakin rendah.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara pada permasalahan penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui proses pengumpulan dan analisis data. Hipotesis bersifat praduga sebab belum terbukti secara empiris, sehingga memerlukan pembuktian melalui penelitian ilmiah.

Sugiyono (2019) memaparkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian yang disusun berdasarkan fakta empiris yang

dikumpulkan dari lapangan. Keberadaan hipotesis bermaksud untuk memprediksi arah hasil penelitian serta memberikan landasan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Terkait dengan hal itu, hipotesis berfungsi sebagai pedoman dalam menjawab pertanyaan penelitian. Hipotesis yang sudah dirumuskan bisa diterima atau ditolak bergantung hasil pengujian pada data yang didapat selama penelitian berlangsung.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang bisa dikembangkan oleh peneliti adalah:

2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Agresivitas Pajak

CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan dan juga masyarakat. Sementara itu, tindakan agresivitas pajak merupakan upaya perusahaan dalam meminimalkan kewajiban pajaknya pada negara. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR secara konsisten cenderung menghindari praktik agresivitas pajak sebab bisa merusak reputasi perusahaan dan meminimalisir kepercayaan publik. Hubungan antara CSR dan agresivitas pajak yaitu semakin tinggi tingkat implementasi CSR oleh perusahaan, (maka semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajaknya. Hal ini disebabkan sebab, perusahaan yang peduli pada tanggung jawab sosial perusahaan umumnya berkomitmen untuk memberikan kontribusi nyata pada negara, salah satunya melalui kepatuhan pada kewajiban perpajakan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah meneliti CSR pada agresivitas pajak yang dijalankan oleh Satriawaty & Winda (2020), Hanum & Faradila (2023), dan Sari (2017) memperlihatkan hasil bahwa variabel CSR memiliki pengaruh pada

agresivitas pajak. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dijalankan oleh Adharani & Junaidi (2022), dan Atwiningsih & Pujiyanto (2023) memperlihatkan bahwa variabel CSR tidak memiliki pengaruh pada agresivitas pajak.

Melihat adanya perbedaan temuan penelitian itu, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali keterkaitan antara CSR pada agresivitas pajak. Terkait dengan hal itu, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:
 H_1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan pada agresivitas pajak.

2.4.2 Pengaruh *Good Corporate Governance* Pada Agresivitas Pajak

Implementasi *Good Corporate Governance* yang baik berperan penting dalam mengarahkan perilaku perusahaan agar berjalan selaras dengan prinsip-prinsip tata kelola yang sehat, yakni seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, transparansi dan juga keadilan. GCG menjadi alat kontrol yang efektif dalam menjaga integritas manajemen perusahaan. Di lain sisi, agresivitas pajak adalah sebuah upaya perusahaan dalam meminimalkan kewajiban pajaknya baik dengan memanfaatkan celah regulasi perpajakan ataupun dengan memanipulasi laporan keuangan perusahaan. Dalam hal ini, implementasi GCG mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam pelaporan keuangan serta mematuhi seluruh ketentuan hukum yang berlaku, termasuk peraturan perpajakan.

Perusahaan dengan implementasi GCG yang tinggi akan lebih berkomitmen pada nilai-nilai etika dan kepatuhan pada peraturan. Hal ini, menyebabkan perusahaan lebih cenderung menghindari strategi agresivitas pajak yang berisiko menimbulkan permasalahan hukum ataupun meminimalisir reputasi dimata pemangku kepentingan. Terkait dengan hal itu, semakin baik kualitas implementasi

GCG dalam suatu perusahaan, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan itu melakukan agresivitas pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu terkait pengaruh *Good Corporate Governance* pada agresivitas pajak memperlihatkan hasil yang beragam, penelitian yang dijalankan oleh Sari (2017), Ichwan *et al.* (2023), dan Gunawan, (2017) memperlihatkan hasil bahwa variabel *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh pada agresivitas pajak.

Tetapi, hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dijalankan oleh Insani *et al.* (2022) yang memperlihatkan bahwa variabel GCG yang diproksikan kepemilikan manajerial dan kualitas audit tidak memiliki pengaruh pada agresivitas pajak. Hasil serupa juga ditemukan penelitian dalam Hajijah *et al.* (2022) memaparkan bahwa hasil GCG yang diproksikan jumlah komisaris independen, kepemilikan institusional, dewan direksi dan komite audit tidak memiliki pengaruh pada agresivitas pajak.

Dengan adanya perbedaan temuan penelitian itu, maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali hubungan GCG pada agresivitas pajak. Maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan pada agresivitas pajak.