

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Agency Theory*

Purwanto (2022) Agensi Teori merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih principal menggunakan orang lain atau agen untuk menjalankan aktivitas perusahaan. *Agency Theory* menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti menjalankan bisnis sehari-hari. Prinsipal menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, sedangkan agen sebagai pengelola berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana dipercayakan oleh pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Ghozali (2016) Teori agensi (*agency theory*) menjelaskan bahwa pada suatu perusahaan terdapat dua pihak yang berinteraksi, yaitu pemilik usaha (pemegang saham) dan pengelola saham. Pemegang saham bertindak sebagai *prinsipal*, sementara manajemen yang diberi wewenang untuk mengelola perusahaan disebut sebagai *agen*. Perusahaan yang menerapkan pemisahan antara kepemilikan dan manajemen cenderung rentan terhadap konflik keagenan karena masing-masing pihak memiliki kepentingan yang berbeda dan berusaha mencapai kesejahteraannya sendiri.

Konflik dalam teori keagenan muncul akibat permasalahan agensi yang timbul ketika penataan dan penyelenggaraan perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Setiap individu pasti memiliki motivasi atau keinginan untuk mengutamakan

kepentingan pribadi, sehingga memicu gesekan antara prinsipal dan agen. Perbedaan kepentingan di antara menimbulkan tantangan dalam menentukan mekanisme yang dapat menyelaraskan persepsi atau kepentingan yang berbeda tersebut (Ana et al., 2021).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, teori agensi (*agency theory*) adalah hubungan antara prinsipal (pemilik usaha) dan agen (manajemen) dalam pengelolaan perusahaan. Konflik keagenan dapat muncul akibat perbedaan kepentingan antara kedua pihak, terutama ketika kepemilikan terpisah dari pengelolaan. Agen cenderung mengutamakan kepentingan pribadinya, yang dapat bertentangan dengan tujuan prinsipal. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan-kepentingan tersebut guna meminimalisir konflik dan memastikan efektivitas pengelolaan perusahaan.

2.1.2 Pajak

a. Pengertian Pajak

UU No. 28 tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib negara kepada 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. Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan negara dalam sektor pajak.

Nabila (2022) pajak merupakan suatu bentuk iuran yang di wajibkan kepada orang pribadi atau badan dengan menyerahkan sebagian harta kekayaan ke kas negara yang bersifat memaksa, di atur dalam undang – undang atau norma – norma

hukum yang berlaku, yang digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan negara guna memakmurkan kesejahteraan rakyat

Nusa (2020) mengemukakan pajak adalah iuran kepada Negara, yang dapat dipaksakan dan terhutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran yang bersifat bersifat wajib, memaksa dan diatur oleh undang-undang yang harus dibayarkan oleh warga negara atau perusahaan dengan menyerahkan sebagian harta kekayaan kepada kas negara dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan negara yang dapat digunakan untuk kemakmuran rakyat.

b. Fungsi Pajak

Menurut Nilaasari (2018) pajak memiliki beberapa fungsi, antara lain :

1. Fungsi budgeter

Fungsi *budgeter* adalah fungsi yang terletak di sektor publik, yaitu fungsi untuk mengumpulkan uang pajak sebanyak-banyaknya sesuai dengan undang-undang yang berlaku pada waktunya dan digunakan untuk membiayai pengeluaran Negara, yaitu pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan dan bila ada sisa (surplus) akan digunakan sebagai tabungan pemerintah untuk investasi pemerintah.

2. Fungsi regulerend

Fungsi regulerend adalah suatu fungsi dimana pajak-pajak tersebut akan digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya diluar bidang keuangan.

3. Fungsi Demokasi dari pajak

Fungsi Demokasi dari pajak adalah suatu fungsi yang merupakan penjelmaan atau wujud sistem gotong royong, termasuk kegiatan pemerintah dalam pembangunan demi kemaslahatan manusia.

4. Fungsi Redistribusi

Fungsi Redistribusi adalah fungsi yang lebih menekankan pada unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat. Hal itu dapat terlihat dengan adanya tarif progresif yang mengenakan pajak lebih besar kepada masyarakat yang lebih memiliki penghasilan besar dan pajak yang lebih kecil kepada masyarakat yang memiliki penghasilan lebih sedikit.

2.1.3 Agresivitas Pajak

a. Pengertian Agresivitas Pajak

Yuliana (2018) Agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuannya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak. Perusahaan yang agresif terhadap pajak ditandai dengan transparansi yang lebih rendah. Tujuan menurunkan kewajiban pajak perusahaan yang akandibayar menjadi salah satu hal yang harus dipahami dan melibatkan beberapa etika masyarakat atau adanya pertimbangan dari pemangku kepentingan perusahaan. Namun, disisi lain pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan

memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, dan hukum.

Mangoting (2018) mengemukakan Agresivitas pajak ialah suatu cara yang ditempuh oleh perusahaan dengan meminimalisir laba kena pajaknya, guna memperkecil kewajiban pajaknya. Suatu tindakan atau strategi penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan guna mengurangi beban pajak yang ditanggung, dengan penghindaran pajak yang melanggar peraturan perpajakan menggunakan celah hukum. Rengganis, (2018) mendefinisikan Agresivitas pajak sebagai suatu cara untuk melakukan rekayasa terhadap penghasilan kena pajak yang dilakukan melalui tindakan perencanaan pajak baik secara legal (*tax voidance*).

Nainggolan (2021) mengemukakan Agresivitas pajak dapat diukur dengan empat (4) cara yaitu dengan menggunakan *cash effective tax rate* (CETR), *book tax differences* (BTD), *effective tax rate* (ETR) dan *net profit margin* (NPM).

1. *Cash Effective Tax Rate* (CETR)

Tujuan dari model ini adalah mengakomodasikan jumlah kas pajak yang dibayarkan saat ini oleh perusahaan. *Cash effective tax rate* dapat dihitung menggunakan rumus :

$$CETR = \frac{\text{Total Kas Pajak yang Dibayarkan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2. *Book Tax Differences* (BTD)

Model ini merupakan selisih antara laba akuntansi dan laba fiskal yang hanya berupa perbedaan temporer, dan ditunjukkan oleh akun biaya (manfaat) pajak tangguhan. *Book tax differences* (BTD) dihitung menggunakan rumus :

$$BTD = \frac{\text{Perbedaan Laba Berdasarkan Buku}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Effective Tax Rate* (ETR)

Metode ini digunakan sebagai pengukuran karena dianggap dapat merefleksikan perbedaan tetap antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. ETR bertujuan untuk melihat beban pajak yang dibayarkan dalam tahun berjalan. *Effective Tax Rate* (ETR) dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

4. *Net Profit Margin* (NPM)

Net profit margin (NPM) dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$NPM_{Index} = \frac{\text{NPM Perusahaan}}{\text{NPM Industri}}$$

Rumus yang peneliti gunakan dalam menghitung agresivitas pajak ialah *effective tax rate* (ETR) dengan alasan beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengindikasikan adanya agresivitas pajak dalam perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Nainggolan (2021) *Effective tax rate* (ETR) atau tarif pajak efektif digunakan untuk merefleksikan perbedaan antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. Effective tax rate dihitung atau dinilai berdasarkan pada informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga ETR merupakan bentuk perhitungan tarif pajak pada perusahaan. Dari definisi tersebut *effective tax rate* (ETR) mempunyai

tujuan untuk mengetahui jumlah presentase dalam membayar pajak yang sebenarnya terhadap laba komersial yang diperoleh.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Agresivitas pajak didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

b. Faktor-faktor Tindakan Agresivitas Pajak

Muriani (2019) Faktor yang memotivasi wajib pajak untuk melakukan tindakan pajak agresif, antara lain :

1. Jumlah pajak yang harus dibayar.

Besarnya jumlah pajak yang dibayar oleh wajib pajak, semakin besar pajak yang harus dibayar, semakin besar pula kecenderungan wajib pajak melakukan pelanggaran.

2. Biaya untuk menuap fiskus

Semakin kecil biaya untuk menuap fiskus, Semakin besar kecenderungan untuk melakukan pelanggaran.

3. Kemungkinan untuk terdeteksi

Semakin kecil kemungkinan suatu pelanggaran terdeteksi maka semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk melakukan pelanggaran, dan

4. Besar Sanksi

Semakin ringan yang dikenakan terhadap pelanggaran, maka, semakin besar kecenderungan wajib pajak melakukan pelanggaran.

2.1.4 Intensitas Persediaan

a. Pengertian Intensitas Persediaan

Yuliana, (2018) Intensitas perusahaan menggambarkan bagaimana menginvestasikan kekayaannya pada persediaan. Besarnya intensitas persediaan pada perusahaan diharapkan mampu meningkatkan transaksi penjualan yang semakin kompleks. Seiring dengan meningkatnya pendapatan akibat banyaknya transaksi penjualan yang terjadimaka laba perusahaan akan semakin tinggi, sehingga perusahaan semakin melakukan tindakan perencanaan pajak yang agresif sebagai upaya untuk menurunkan beban pajak pada periode tersebut menurut penelitian

Andhari, (2017) menjelaskan bahwa Intensitas persediaan atau *inventory intensity* adalah salah satu bagian aktiva yang diprosikan dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang berinvestasi pada persediaan di gudang akan menyebabkan terbentuknya biaya pemeliharaan dan penyimpanan persediaan tersebut mengakibatkan jumlah beban perusahaan akan meningkat sehingga akan dapat menurunkan laba perusahaan.

Nurfazlin (2021) Intensitas persediaan atau *inventory intensity* adalah salah satu bagian aktiva yang diprosikan dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang berinvestasi pada persediaan di gudang akan menyebabkan terbentuknya biaya pemeliharaan dan penyimpanan persediaan tersebut mengakibatkan jumlah beban perusahaan akan meningkat sehingga akan dapat menurunkan laba perusahaan. Intensitas persediaan dapat dihitung dengan rumus :

$$INVINT = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa intensitas persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode waktu tertentu atau persediaan barang-barang yang masih dalam proses penggerjaan, maupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.

b. Fungsi Intensitas Persediaan

Nilasari (2018) menyatakan fungsi intensitas persediaan adalah sebagai berikut:

1. Fungsi *Decoupling*

Fungsi *Decoupling* adalah persediaan yang memungkinkan perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan tanpa bergantung pada supplier. Persediaan bahan mentah diadakan agar perusahaan tidak bergantung pada pengadaannya dalam kuantitas dan waktu pengiriman.

2. Fungsi *Economic lot sizing*

Persediaan lot sizing ini perlu mempertimbangkan penghematan atau potongan pembelian, biaya pengangkutan per unit menjadi lebih murah dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan perusahaan melakukan pembelian dalam kuantitas yang lebih besar diabandingkan biaya yang timbul akibat besarnya persediaan (biaya sewa gudang, investasi, resiko).

3. Fungsi Antisipasi

Apabila perusahaan menghadapi fluktasi, permintaan yang dapat diperkirakan dan diramalkan berdasarkan pengalaman atau data data masa lalu yaitu

permintaan musiman. Dalam hal ini perusahaan dapat mengalami persediaan musiman (seasonal inventories). Disamping itu perusahaan juga sering menghadapi ketidakpastian jika waktu pengiriman dan permintaan barang-barang selama periode tertentu dalam hal ini persediaan memerlukan persediaan ekstra yang disebut pesediaan pengaman.

c. Jenis-jenis Inensitas Persediaan

Nilasari (2018) menjelaskan bahwa intensitas persediaan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis :

1. Persediaan bahan mentah (*Raw material*)

Persediaan barang-barang berwujud seperti besi, kayu serta komponen komponen lain yang digunakan dalam proses produksi. Persediaan bahan mentah dapat dijumpai pada perusahaan yang bergerak dalam bidang industri.

2. Persediaan komponen rakitan (*purchased parts/components*)

Persediaan komponen rakitan adalah persediaan barang-barang yang terdiri dari komponen-komponen yang diperoleh dari perusahaan lain yang secara lansung dapat dirakit menjadi suatu produk.

3. Persediaan bahan pembantu atau penolong (*supplies*)

Persediaan bahan pembantu atau penolong adalah persediaan barang-barang yang diperlukan dalam proses produksi, tetapi bukan komponen atau bagian barang jadi.

4. Persediaan bahan dalam proses (*work in process*)

Persediaan bahan dalam proses adalah persediaan barang-barang yang merupakan keluaran dari tiap-tiap bagian dalam proses produksi atau yang telah diolah

menjadi suatu bentuk, tetapi masih perlu diproses lebih lanjut menjadi barang jadi.

5. Persediaan barang jadi (*finished goods*)

Persediaan barang jadi yaitu persediaan barang-barang yang telah selesai diproses atau diolah dalam pabrik dan siap dijual atau dikirim kepada pelanggan.

2.1.5 *Corporate Social Responsibility*

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Nabila (2022) *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan mendapatkan suatu kesan yang baik dan juga penerimaan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* di pengaruhi oleh beberapa faktor pendorong yakni faktor internal yang berupa regulasi dan hukum, faktor internal berupa perilaku menejemen dan pemilik perusahaan.

Rengganis, (2018) menyatakan bahwa Pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sosialnya disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Lingkungan dan masyarakat cukup mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Salah satu bentuk hubungan komunikasi antara lingkungan masyarakat dengan perusahaan adalah melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan teori legitimasi. Bentuk tanggung jawab sosial tersebut bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan memiliki kesan yang baik dan dapat diterima di lingkungan masyarakat. Legitimasi menuntut perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan

mendapatkan keuntungan. Perusahaan dapat dikatakan sukses melakukan legitimasi apabila mampu memenuhi harapan masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Nurfazlin (2021) Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial diwujudkan dengan memberikan CSR yang bertujuan sebagai penarik perhatian masyarakat terhadap citra perusahaan tersebut. Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*Sosial Responsibility*) dapat diuraikan menjadi tiga, yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*Action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal, berperan mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban dari berbagai dampak lingkung.

Corporate Social Responsibility dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{CSDI} = \frac{\sum Xy}{n}$$

Keterangan :

CSDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

$\sum Xy$: Jumlah item pengungkapan y

n : Jumlah item pengungkapan

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab

perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya kepada stakeholder termasuk masyarakat sekitar dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan di dalam perusahaan, serta sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

b. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Jessica (2016) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dipandang sebagai sarana yang digunakan oleh menajemen perusahaan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas untuk mempengaruhi persepsi. Pengungkapan Corporate Social Responsibility terdapat dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan, laporan sumber daya manusia, dan laporan kesehatan dan keselamatan kerja.

Sagala (2015) pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai proses penyediaan informasi yang dirancang untuk menunjukkan akuntabilitas sosial. Pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan oleh suatu perusahaan sebenarnya tidak diwajibkan tetapi sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat maka suatu perusahaan mayoritas melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunannya. Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

2.1.6 Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Nurfazlin (2021) profilabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Profitabilitas perusahaan menggambarkan efektif atau tidaknya manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan sehingga dapat mencapai target yang diharapkan pemilik perusahaan. Semakin meningkatnya profitabilitas perusahaan maka kewajibannya pada sektor perpajakan juga akan meningkat.

Sembiring (2023) mengemukakan profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dan hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan pendapatan investasi. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan efisiensi perusahaan. Efisiensi dalam konteks ini dapat diartikan sebagai perbandingan antara laba yang dihasilkan dengan modal atau aset yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

Menurut Garindya & Egi (2023:26) Profitabilitas adalah salah satu indikator kinerja keuangan yang penting bagi perusahaan. Ini menggambarkan seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui profitabilitas, perusahaan dapat menilai seberapa baik mereka dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan lain atau industri secara keseluruhan.

Afifah (2024) Rasio Profitabilitas adalah salah satu komponen penting dalam analisis keuangan perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang

kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari operasinya. Ada beberapa jenis rasio profitabilitas, seperti Margin Laba Bersih, ROI (*Return on Investment*), dan ROA (*Return on Assets*). Semua rasio ini memberikan informasi tentang seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan laba.

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan pengukuran bagi kinerja perusahaan dan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

b. Tujuan Rasio Profitabilitas

Garindya dan Egi (2023:28) terdapat beberapa tujuan rasio profitabilitas, antara lain :

1. Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu memberikan gambaran tentang seberapa baik perusahaan menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu.
2. Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang dapat memberikan gambaran tentang apakah perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan laba dari waktu ke waktu.
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu memberikan gambaran tentang tren laba perusahaan dalam jangka panjang.
4. Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba.

5. Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan dana yang tersedia untuk menghasilkan laba.
6. Mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba.

c. Manfaat Rasio Profitabilitas

Garindya dan Egi (2023:28-29) Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Manfaat dari profitabilitas tidak hanya dirasakan oleh pemilik atau manajemen perusahaan, tetapi juga oleh pihak lain yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Manfaat tersebut antara lain:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode. Hal ini penting untuk mengetahui seberapa banyak uang yang dihasilkan perusahaan dalam satu periode waktu tertentu.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang. Hal ini penting untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami peningkatan atau penurunan laba dari tahun ke tahun.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu. Hal ini penting untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami pertumbuhan atau penurunan laba dari waktu ke waktu.

4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Hal ini penting untuk mengetahui seberapa banyak uang yang tersisa setelah pajak dan bagaimana penggunaan modal oleh perusahaan.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Hal ini penting untuk mengetahui seberapa efisien penggunaan dana oleh perusahaan.

d. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Anwar (2019:176-177) menyatakan ada beberapa jenis rasio profitabilitas di antaranya adalah :

1. Gross Profit Margin

Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotor dalam penjualannya. Makin besar ini maka perusahaan makin profitable, sebaliknya jika makin kecil angka rasio maka perusahaan makin tidak profitable. Gross profit margin di nyatakan dalam rumus :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{gross profit}}{\text{net sales}}$$

2. Operating Profit Margin

Operating Profit Margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba operasi dari penjualan. Makin besar angka ini maka perusahaan makin profitable, sebaliknya jika makin kecil angka rasio ini maka perusahaan makin tidak profitable. Operating profit margin dinyatakan dalam rumus :

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{net sales}}$$

3. Net Profit Margin

Net Profit Margin (NPM) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan. Makin besar angka ini maka perusahaan makin profitable, sebaliknya jika makin kecil angka rasio ini maka perusahaan makin tidak profitable. *Net Profit Margin* dinyatakan dalam rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{earning available for common stakeholder}}{\text{net sales}}$$

4. Return On Assets

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas aktivanya. Makin besar angka ini maka perusahaan makin profitable, sebaliknya jika makin kecil angka rasio ini maka perusahaan makin tidak profitable. *Return On Assets* dinyatakan dalam rumus:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

5. Return On Equity

Return On Equity (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas modalnya sendiri. Makin besar angka ini maka perusahaan makin profitable, sebaliknya jika makin kecil angka rasio ini maka perusahaan makin tidak profitable. *Return On Equity* dinyatakan dalam rumus:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{earning available for common stakeholder}}{\text{Total Equity}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau dasar dalam melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu ini dapat digunakan untuk

memahami konsep, teori, atau fenomena yang akan diteliti. Penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.1 :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Hanum (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI	X : Corporate Social Responsibility Y : Agresivitas Pajak	Analisis regresi linier sederhana	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
2.	Christina (2022)	Pengaruh intensitas modal, intensitas persediaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap Agresivitas pajak	X1 : Intensitas Modal X2 : Intensitas Persediaan X3 : Pertumbuhan Penjualan X4 : Profitabilitas Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Intensitas persediaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
3.	Istiqomah (2022)	Pengaruh <i>Thin Capitalization</i> , Intensitas Persediaan, dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak	X1 : <i>Thin Capitalization</i> X2 : Inensitas Persediaan X3 : Likuiditas Y : AGRESIVITAS Pajak	Analisis persamaan regresi berganda	Intensitas persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
4.	Herlinda (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage X4 : Ukuran Perusahaan Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
5.	Dinar (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Pada	X1 : Profitabilitas X2 : Likuiditas X3 : Leverage Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak

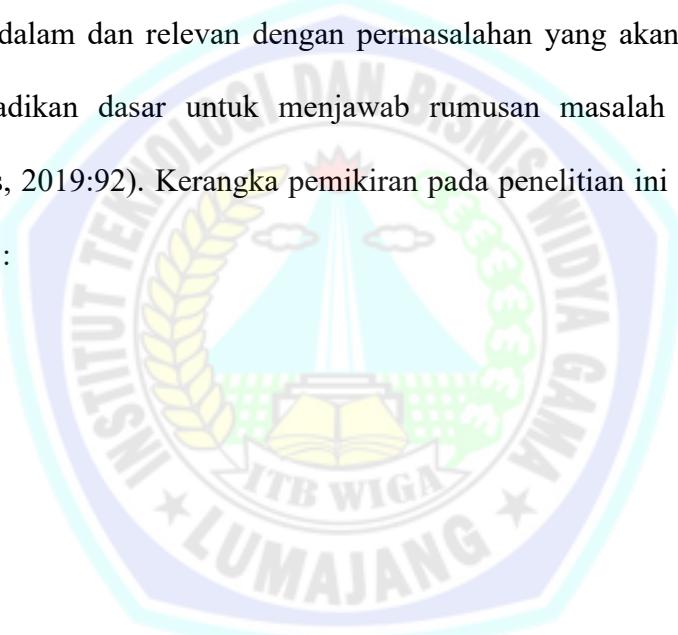
No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
		Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI			
6.	Pangesti (2020)	Pengaruh Kebijakan Utang, Likuiditas, Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak	X1 : Kebijakan Utang X2 : Likuiditas X3 : Intensitas Persediaan Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Intensitas persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
7.	Wulansari (2020)	Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak	X1 : Leverage X2 : Intensitas Persediaan X3 : Aset Tetap X4 : Ukuran Perusahaan X5 : Komisaris Independen Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Intensitas persediaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
8.	Abidin (2018)	Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap Agresivitas pajak	X1 : Profitabilitas X2 : Leverage Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
9.	Rengganis (2018)	Pengaruh Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak	X1 : <i>Corporate Governance</i> X2 : <i>Corporate Social Responsibility</i> Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak
10.	Gunawan (2017)	Pengaruh corporate social responsibility dan corporate governance terhadap Agresivitas pajak	X1 : <i>Corporate Social Responsibility</i> X2 : <i>Corporate Governance</i> Y : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak

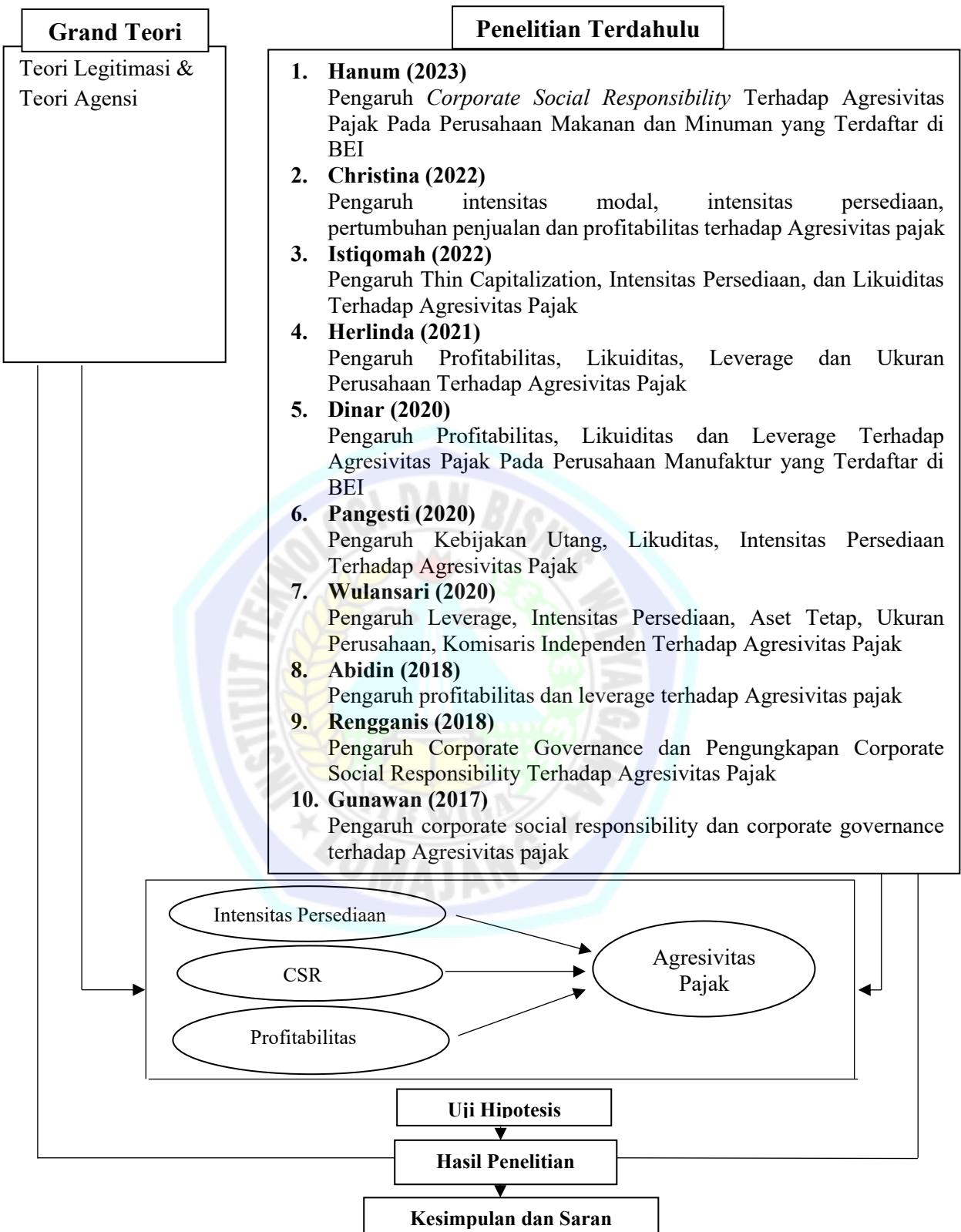
Sumber : Penelitian Terdahulu 2017-2023

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Kerangka Pemikiran

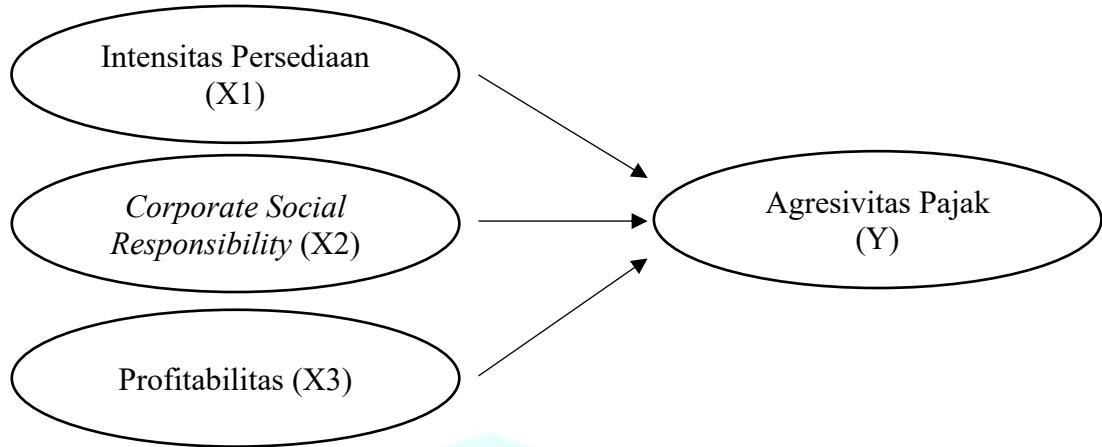
Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintetiskan dari fakta-fakta, observasi, dan telaah kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, konsep-konsep yang akan dijasikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang akan diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Dominikus, 2019:92). Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2 :





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Teori yang Relevan dan Penelitian Terdahulu

2.3.2 Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber : Data diolah peneliti 2025

2.4 Hipotesis

1. Pengaruh Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak

Intensitas Persediaan merupakan salah satu komponen penyusun komposisi aktiva. Intensitas persediaan memberi gambaran akan jumlah persediaan perusahaan yang dibutuhkan perusahaan untuk beroperasi yang diukur dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Intensitas persediaan menggambarkan proporsi persediaan yang dimiliki perusahaan terhadap total aset perusahaan. Putri (2024) mengemukakan besarnya intensitas persediaan pada perusahaan diharapkan mampu meningkatkan transaksi penjualan yang semakin kompleks. Seiring dengan meningkatnya pendapatan akibat banyaknya transaksi penjualan yang terjadi. Maka laba perusahaan akan meningkat, sehingga perusahaan semakin melakukan tindakan perencanaan pajak yang agresif sebagai upaya untuk menurunkan beban pajak pada periode tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christina (2022) dan Pratiningsih (2023) menunjukkan bahwa intensitas persediaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Intensitas persediaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Nabila (2022) *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar perusahaan mendapatkan suatu kesan yang baik dan juga penerimaan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* di pengaruhi oleh beberapa faktor pendorong yakni faktor internal yang berupa regulasi dan hukum, faktor internal berupa perilaku menejemen dan pemilik perusahaan.

Fionasari (2017) Bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat sekitar berupa kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Adanya pengungkapan CSR ini merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pemerintah melalui ketaatannya dalam membayar pajak. Berkaitan dengan hal ini, perusahaan masih beranggapan bahwa dalam pengungkapan CSR terdapat dua beban yang harus ditanggung, yaitu beban CSR dan beban pajak.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gunawan (2017), Rengganis (2018) dan Hanum (2023) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Sembiring (2023) mengemukakan profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dan hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan pendapatan investasi. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan efisiensi perusahaan. Efisiensi dalam konteks ini dapat diartikan sebagai perbandingan antara laba yang dihasilkan dengan modal atau aset yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

Leksono (2019) Profitabilitas dapat diukur menggunakan ROA yang mencerminkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba. Nilai ROA merupakan salah satu indikator bagi perusahaan dalam pencapaian laba perusahaan, sehingga perusahaan yang memiliki kesempatan untuk memposisikan diri dalam *tax planning* dapat mengurangi jumlah beban pajak. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abidin (2018), Dinar (2020) dan Herinda (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.