

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara terbesar untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Dalam pelaksanaannya, terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah. Agresivitas pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan melalui perencanaan pajak (*tax planning*) yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*) atau dengan tindakan penggelapan pajak (*tax evasion*) (Hlaing, 2012:14).

Tax avoidance adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal oleh wajib pajak tanpa adanya pertentangan terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku dengan metode dan teknik yang digunakan berupa pemanfaatan kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan yang nantinya dapat memperkecil jumlah pajak yang terutang. Sedangkan *tax evasion* adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara illegal dengan metode dan teknik yang digunakan tidak sesuai Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan (Prasista dan Setiawan, 2016:31). Tindakan agresivitas pajak ini dilakukan oleh wajib pajak dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dibayarkan kepada pemerintah pada periode tertentu dan dapat dianggap sangat agresif apabila perencanaan pajak yang dilakukan oleh wajib pajak telah melanggar Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan yang telah dibuat oleh pemerintah.

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak harus membayar pajak yang besar pembayarannya diperoleh dari perhitungan laba bersih perusahaan. Semakin besar pendapatan yang diterima oleh perusahaan maka akan semakin besar pula pajak yang akan di bayarkan oleh perusahaan. Namun, dari sudut pandang perusahaan pajak dianggap sebagai beban yang dapat merugikan perusahaan karena mengurangi jumlah laba bersih perusahaan. Kondisi itu akan menyebabkan perusahaan bertindak agresif dalam perpajakan dengan mengurangi biaya pajak yang akan di bayar perusahaan untuk meningkatkan laba bersih setelah pajak (Prameswari, 2017:47). Hal itu, bertentangan dengan tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan pajak dengan tujuan perusahaan sebagai wajib pajak untuk mengefisiensikan beban pajaknya dengan motif untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sehingga, perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan perusahaan sebagai pembayar pajak menjadi masalah utama timbulnya ketidakpatuhan perusahaan dengan melakukan tindakan agresivitas pajak melalui penghindaran pajak (*tax aviodance*) yang dapat mengurangi penerimaan pajak negara (Ayem dan Setyadi, 2019:22). Secara umum agresivitas pajak memiliki rumus beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak.

Salah satu faktor penentu dalam pengambilan tindakan agresivitas pajak adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan tersebut, semakin besar aset yang dimiliki diharapkan semakin meningkatkan produktifitas perusahaan. Peningkatan produktifitas akan

menghasilkan laba yang semakin besar dan tentunya mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayar perusahaan.

Dewi & Jati (2014:17) menyatakan “semakin besar ukuran perusahaannya, maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks. Jadi hal itu memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah-celah yang ada untuk melakukan tindakan *tax avoidance* dari setiap transaksi”. Selain itu perusahaan yang beroperasi lintas negara memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan *tax avoidance* yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang beroperasi lintas domestik, karena mereka bisa melakukan transfer laba ke perusahaan yang berada di lain negara, dimana negara tersebut memungut tarif pajak yang lebih rendah dibandingkan negara lainnya. Penelitian terkait ukuran perusahaan juga telah banyak dilakukan beberapa tahun terakhir. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan yaitu LN dikali dengan total aktiva.

Tindakan manajer melakukan penghindaran pajak dapat menurunkan kepercayaan pemilik perusahaan. Fenomena pemungutan pajak di Indonesia menunjukkan bahwa penerimaan dari sektor pajak yang sangat berpengaruh untuk melaksanakan pembangunan Nasional dalam rangka mencapai kesejahteraan. Pajak menjadi fenomena penting dan menarik dibahas, sebab pajak selalu mengalami perkembangan sehingga diperlukan informasi-informasi mengenai kondisi pajak dari waktu ke waktu. Penerimaan pajak negara memiliki presentase terbesar dari total penerimaan negara secara keseluruhan dan penerimaan pajak di Indonesia belum maksimal.

Tindakan agresivitas pajak bisa terjadi, karena kurangnya sistem pengawasan terhadap pihak manajemen perusahaan, serta kurangnya pengawasan oleh pemerintah terhadap aktivitas keuangan dan penegasan terhadap pembayaran

pajak suatu perusahaan. Perusahaan-perusahaan menjadi perhatian pemerintah, karena perusahaan merupakan penyumbang pajak penghasilan terbesar diantaranya perusahaan pertanian dan perusahaan pertambangan. Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut besar maka beban pajak yang dibayarkan menjadi meningkatkan profitabilitas dan pada perusahaan profitabilitas yang tinggi menandakan perusahaan memiliki potensi dalam mengelola aset yang baik untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi.

Selain ukuran perusahaan, kondisi keuangan perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap agresivitas pajak, diantaranya memfokuskan pada *leverage*. *Leverage* merupakan tingkat hutang yang digunakan perusahaan dalam melakukan pembiayaan. Dalam kaitannya dengan pajak, apabila perusahaan memiliki kewajiban pajak tinggi maka perusahaan akan memiliki utang yang tinggi pula. Oleh sebab itu perusahaan akan berusaha melakukan penghindaran pajak.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Artinya, berapa besar bunga utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Akan tetapi, utang akan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Beban bunga yang ditanggung perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak perusahaan untuk menekan beban pajaknya, dimana pengukuran *leverage* dapat dilakukan dengan menggunakan rasio DER. Secara umum rumus DER yaitu total hutang dibagi dengan total ekuitas.

Bursa Efek Indonesia telah menjadi bagian penting dalam suatu perekonomian Indonesia. Berikut akan disajikan jumlah ukuran perusahaan,

leverage dan Agresivitas yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur untuk sektor otomotif yang terdaftar di BEI ada 13 perusahaan otomotif. Dari 13 perusahaan otomotif peneliti mengambil 5 perusahaan yang mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan agresivitas pajak, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Otomotif 2020-2023

No	Nama Perusahaan	Tahun	Size	DER	Agr.Paj
1	PT.Astra Otoparts, Tbk	2020	16.48	0.414	0.26
		2021	16.50	0.387	0.26
		2022	16.51	0.372	0.23
		2023	16.58	0.411	0.21
2	PT.Indokordsa, Tbk	2020	19.49	0.595	0.31
		2021	19.51	0.497	0.28
		2022	19.53	0.403	0.28
		2023	19.51	0.345	0.29
3	PT.Indospring, Tbk	2020	28.57	0.331	0.53
		2021	28.54	0.198	0.18
		2022	28.52	0.135	0.29
		2023	28.54	0.131	0.25
4	PT.Astra International, Tbk	2020	12.41	0.940	0.21
		2021	12.48	0.872	0.22
		2022	12.60	0.890	0.21
		2023	12.75	0.977	0.22
5	PT.Selamat Sempurna, Tbk	2020	14.63	0.468	0.21
		2021	14.61	0.494	0.24
		2022	14.71	0.336	0.23
		2023	14.85	0.303	0.24

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1. diatas diperoleh bahwa untuk ukuran perusahaan dalam tahun pengamatan untuk tahun 2020 sampai tahun 2023 pada perusahaan PT. Astra Otoparts Tbk, PT.Indokordsa Tbk, PT.Indospring Tbk, PT.Astra International Tbk , PT.Selamat Sempurna Tbk. Mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan agresivitas pajak dalam suatu perusahaan yang mengalami penurunan, hal ini bertentangan dengan teori yang dinyatakan (Asri dan Suardana,

2016:29) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat ukuran perusahaan tinggi maka semakin tinggi pula tingkat *agresivitas tax avoidance* suatu perusahaan yang disebabkan karena perusahaan dengan laba yang besar akan lebih leluasa untuk memanfaatkan celah (*loopholes*) terhadap pengelolaan beban pajaknya.

Sedangkan bila dilihat dari *leverage* yang diukur dengan menggunakan DER ditahun pengamatan untuk perusahaan PT. Astra Otoparts Tbk, PT.Indokordsa Tbk, PT.Indospring Tbk, PT.Astra International Tbk , PT.Selamat Sempurna Tbk tahun 2020 sampai tahun 2023 cenderung mengalami penurunan yang diikuti dengan penurunan yang terjadi pada agresivitas pajak dalam suatu perusahaan. Hal ini bertentangan dengan teori (Ompusunggu, 2011:20) menyatakan bahwa : “Strategi meminimalisasi pajak dapat dengan penggunaan dana dari pihak eksternal berupa hutang untuk membiayai investasi dan asset perusahaan (*leverage*). Pembiayaan melalui hutang terutama hutang jangka panjang akan menimbulkan beban bunga yang akan mengurangi beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan”.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Fahmi, 2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Alasan penulis memilih objek penelitian perusahaan otomotif karena semakin ketatnya persaingan dalam industri otomotif mengakibatkan perusahaan mau tidak mau mengambil langkah yang tepat dalam persaingan tersebut. Masing-

masing berpacu meluncurkan produk terbaru, layanan pasca jual cepat dan terbaik. Tinggi persaingan otomotif di Indonesia disebabkan karena pasar mobil Indonesia merupakan pasar yang potensial.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Tahun 2020 sampai tahun 2023 untuk ukuran perusahaan pada beberapa perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan agresivitas pajak dalam suatu perusahaan yang mengalami penurunan
2. Tahun 2020 sampai tahun 2023 untuk *leverage* mengalami penurunan yang diikuti dengan penurunan yang terjadi pada agresivitas pajak dalam suatu perusahaan

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya bidang akuntansi yang sehubungan dengan ukuran perusahaan, *leverage* maupun tindakan agresivitas pajak.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi tambahan pertimbangan pihak manajemen dalam melakukan agresivitas pajak yang benar dan efisien tanpa melanggar undang-undang perpajakan yang berlaku, sehingga dapat lebih efisien dalam masalah pajak perusahaan di masa mendatang.

3. Bagi Peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian untuk penelitian mengenai perilaku agresivitas pajak perusahaan berikutnya, khususnya di Indonesia..

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Uraian Teoritis

2.1.1. Agresivitas Pajak.

2.1.1.1. Pengertian Pajak

Pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Hanum, 2009:5).

Perusahaan menganggap pajak sebagai sebuah tambahan beban biaya yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diprediksi melakukan tindakan yang akan mengurangi beban pajak perusahaan. (Nugraha, 2015:20), tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*) disebut dengan agresivitas pajak perusahaan. Walaupun tidak semua tindakan perencanaan pajak melanggar hukum, akan tetapi semakin banyak celah yang digunakan maka perusahaan tersebut dianggap semakin agresif.

Pertimbangan untuk membayar pajak secara efisien yang mendorong perusahaan untuk menyusun perencanaan pajak (*tax planning*) melalui penghindaran pajak (*tax avoidance*) (Nugraha, 2015:11). *Tax avoidance* adalah suatu bentuk perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan ketentuan perpajakan sebagai hal yang positif untuk

efisiensi pembayaran pajak. Sedangkan *tax evasion* merupakan sebuah perencanaan pajak yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pada umumnya tingkat agresivitas pajak dipengaruhi oleh faktor manfaat dan risiko yang akan ditimbulkannya (Lanis dan Ricardson, 2012:14).

2.1.1.2. Pengertian Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat. Agresivitas pajak terjadi hampir di semua perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak ini dilakukan dengan tujuan meminimalkan besarnya biaya pajak dari biaya pajak yang telah diperkirakan, atau dapat disimpulkan dengan usaha untuk mengurangi biaya pajak.

Agresivitas pajak merupakan hal yang umum terjadi di perusahaan-perusahaan besar. Bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal itu menyebabkan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak. Oleh karena itu, dimungkinkan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan (Chen dalam Suyanto, 2012:43).

Agresivitas pajak adalah sebuah tindakan yang bertujuan untuk menurunkan beban pajak melalui perencanaan pajak dengan menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong pelanggaran pajak (Frank dalam Hadi, 2014:31). (Ridha dan Martani, 2014, hal.19) agresivitas pajak adalah “tindakan yang tidak hanya dari ketidakpatuhan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, namun juga berasal dari aktivitas penghematan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Ada berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak. Menurut (Sari dan Martani 2010:32) “agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR), *cash effective tax rate* (CETR), *book-tax difference Manzon-Plesko* (BTD_MP), *book-tax difference desai-Dharmapala* (BTD_DD) dan *tax planning* (TAXPLAN). Dalam penelitian ini agresivitas pajak diproksikan dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR)”.

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tindakan pajak agresif atau keputusan agresivitas pajak secara potensial dapat menjadi masalah penghindaran pajak maupun masalah penggelapan pajak.

Menurut (Rodriguez dan Arias (2012:26) “*effective tax rate* (ETR) dapat dihitung dari beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak dan tidak membedakan antara beban pajak kini dan beban pajak tangguhan”, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan} \times 100\%}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2.1.2. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

2.1.2.1. Pengertian Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang dipertimbangkan dalam banyak keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Dalam hal ini asset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar asset biasanya perusahaan tersebut semakin besar, jadi ukuran perusahaan yang diwakili asset total biasanya mempengaruhi besarnya utang dalam mata uang asing. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya

adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Basri dan Dahrani, 2017:2)

Ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan *log of total assets*. *Log of total assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka nilai total aset dibentuk menjadi logaritma natural (Kalsum dan Lubis, 2017:5)

Brigham & Houston (2010:37) menyatakan “ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”. Hartono (2008) menyebutkan “ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”. Kemudian ukuran perusahaan menurut (Torang, 2012:44) adalah “menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan”.

Suwito dan Herawati (2005:51) mengatakan “*firm size* atau ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*)”.

Menurut Riyanto (2001:44), ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva. Brigham dan Houston (2010, hal.38) menjelaskan bahwa “ukuran perusahaan adalah rata-rata

total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun”. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variable dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variable dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Financial Accounting Standard Board (FASB) yang dikutip oleh Belkoui (2006:17) menyatakan “terdapat beberapa perbedaan antara perusahaan kecil dan besar, perbedaannya adalah perusahaan kecil adalah suatu perusahaan yang operasinya relatif kecil, biasanya dengan total pendapatan kurang dari \$ 5 juta”.

Biasanya perusahaan ini :

1. Dikelola oleh pemilik.
2. Jika ada yang memiliki hanya sedikit pemilik yang lain.
3. Seluruh pemiliknya ikut terlibat secara aktif dalam pelaksanaan urusan-urusan perusahaan, kecuali mungkin bagi beberapa anggota keluarga tertentu.
4. Memiliki struktur modal yang sederhana didalam perusahaan kecil.
5. Jarang terjadi perpindahan kepemilikan.

Perusahaan besar diidentifikasi dengan perusahaan publik yaitu suatu perusahaan yang :

1. Sahamnya diperdagangkan di pasar publik atau bursa saham atau pasar *over the counter* atau perusahaan.
2. Diwajibkan untuk memberikan laporan keuangannya kepada *Securities and Exchange Commission*.

Suatu perusahaan juga dapat dianggap perusahaan publik jika laporan keuangannya diterbitkan sebagai persiapan dilakukannya penjualan securities (surat berharga) jenis apapun di sebuah bursa umum.

Adapun ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008. Peraturan tersebut menjelaskan 4 jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran tersebut antara lain :

1. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,-.
2. Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- sampai Rp.500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,- sampai dengan Rp.2.500.000.000,-.
3. Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.500.000.000,- sampai Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.2.500.000.000,- sampai dengan Rp.50.000.000.000,-.
4. Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.50.000.000.000,-.

Dari definisi tersebut maka disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.2.2. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 (tiga) jenis:

1. Perusahaan Besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.

2. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp.1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar

3. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut Small Bussiness Administrasion (SBA) dalam Restuwulan (2013), yaitu:

Tabel 2.1
Ukuran Perusahaan

<i>Small Bussiness</i>	<i>Employment Size</i>	<i>Assets Size</i>	<i>Sales Size</i>
<i>Family Size</i>	1-4	<i>Under \$100.00</i>	<i>\$100.00-500.00</i>
<i>Small</i>	5-19	<i>\$100.00-500.00</i>	<i>\$500.000-1 Million</i>
<i>Medium</i>	20-99	<i>\$500.00-5 Million</i>	<i>\$1 Million-10 Million</i>
<i>Large</i>	100-499	<i>\$5-25 Milion</i>	<i>\$10Million-50 Million</i>

Sumber:Small Bussiness Administration (Restuwulan, 2013:68)

Perusahaan di Indonesia diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil diatur dalam Pasal 1 Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor KEP-11/PM/1997:Perusahaan Menengah atau Kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (*total assets*) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan kecil atau menengah adalah perusahaan yang memiliki jumlah kekayaan (*total asset*) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah). Sebaliknya

perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).

2.1.2.3. Indikator Ukuran Perusahaan

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut Suwito dan (2015:40) adalah “total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan dan lain-lain”. Menurut Kasmir, (2015:24) indikator dari ukuran perusahaan adalah “total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu”. Ketika variable ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

Dari beberapa indikator yang mempengaruhi pengklasifikasian dalam ukuran perusahaan, maka indikator dalam penelitian ini dibatasi agar lebih berfokus dan hasil yang dicapai sesuai dengan asumsi yang diharapkan.

Salah satu indikator yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah total asset. Menurut PSAK Nomor 1 (2007:65) yang dimaksud dengan aset adalah “segala manfaat ekonomi yang mengandung potensi dalam suatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Mungkin pula berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk

kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas, seperti penurunan biaya akibat proses produksi alternatif”.

Pengertian total aset adalah sumber penghasilan atas usahanya sendiri, dimana karakteristik umum yang dimilikinya yaitu memberikan jasa atau manfaat dimasa yang akan datang. *Firm Size* diukur dengan mentrasformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset* dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *log natural*, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya (Kasmir, 2015:48).

“Ukuran perusahaan = $\text{Ln}(\text{Total Aset})$ ”.

Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Nilai total asset biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variable keuangan lainnya, untuk itu variable asset diperhalus menjadi Log Asset atau Ln Total Asset (Hadi (2014 :53).

Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kebutuhan dana yang besar, dan salah satu alternative pemenuhan dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaa eksternal dapat diperoleh dengan penerbitan saham, obligasi, maupun hutang. Sehingga, dalam rangka pemenuhan pendanaan eksternal tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kinerja dalam menjalankan perusahaan.

2.1.3. Leverage

2.1.3.1. Pengertian Leverage

Menurut Sartono (2012:17) *leverage* adalah “*financial leverage* menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya.

Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%. Kasmir (2015:50) menyebutkan *leverage* adalah “rasio *solvabilitas* atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang”. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkandengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *solvabilitas* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi).

Fahmi (2015:61) menyebutkan *leverage* adalah “rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi guna memberikan gambaran terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham.

2.1.3.2. Jenis-Jenis Pengukuran Rasio *Leverage*

Menurut Sartono (2012:112) ada beberapa jenis pengukuran *leverage* yaitu sebagai berikut :

1. Debt Ratio

$$\text{Formula : Debt Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} \text{ (Sartono (2012:116))}$$

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar risiko yang dihadapi, dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

2. *Debt to Equity Ratio*

$$\text{Formula : Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}} \quad (\text{Sartono,2012:117})$$

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara seluruh hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders' equity* yang dimiliki perusahaan.

3. *Time Interest Earned Ratio*

Formula :

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Sartono (2012:121)

Time interest earned ratio, adalah rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga

4. *Fixed Charge Coverage*

Formula :

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

Sartono (2012:125)

Fixed charge coverage ratio, mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan, sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu.

5. *Debt service coverage*

Formula :

$$\text{Debt service coverage} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga} + \text{Sewa} + \frac{\text{Angsuran Pokok Pinjaman}}{(1-\text{Tarif Pajak})}}$$

Sartono (2012:128)

Debt service coverage, mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan *leverage* yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menggunakan *debt to equity ratio* dalam menentukan tingkat *leverage*. Rasio ini sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Jika nilai DER semakin tinggi maka dapat diasumsikan perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap kemampuan melunasi hutang jangka pendeknya.

2.1.3.3. Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2015:78-79) terdapat beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* yaitu :

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

Menurut Kasmir (2015:81-82) bahwa manfaat rasio *leverage* adalah :

1. Untuk menganalisa kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman dan bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.

5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.

2.2. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

Tabel 2.3.
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil Penelitian
Dita Yuliawati Pratama Hidayat (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014)	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ukuran perusahaan, mempunyai pengaruh yang positif terhadap agresivitas pajak.
F Prameswari (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi	ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
Ida Ayu Putu Yuli Muliawati (2020)	Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sector Industry Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	Leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi dapat mengurangi pendapatan kena pajak.
Novita Adiyani (2014)	Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak dengan CSR sebagai Variabel Intervening (<i>Studi Empiris Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014</i>)	Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Dewi Nawang Gemilang (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2013-2015)	Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel 1 Ukuran Perusahaan Dan Leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak dengan arah positif.
Arief Irawan, (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Berdasarkan hasil pengujian diketahui Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Wirda Lilia, (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang terdaftar di BEI Periode 2015-2018	Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

Sumber : Dita Yuliawati Pratama Hidayat (2016), Novita Adiyani (2014), Dewi Nawang Gemilang (2017), Zulkarnain (2020), Irawan (2018), Lilia, (2020)

Beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* mempunyai peran penting terhadap terhadap agresivitas pajak. Walaupun penelitian sebelumnya sudah menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* mempunyai peran penting terhadap agresivitas, tetap saja penelitian ini menarik untuk dilakukan. Karena setiap perusahaan ataupun instansi mempunyai kondisi sosial yang berbeda-beda dan tidak ada yang sama persis dengan yang lainnya. Untuk itu, penelitian ini dilakukan bukan saja untuk memperkuat hasil studi-studi sebelumnya, namun juga untuk memberikan hasil analisis data yang lebih baru daripada penelitian sebelumnya.

2.3. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan memiliki kesempatan yang cukup besar untuk perencanaan pajak yang baik dengan mempraktikkan akuntansi yang efektif untuk menurunkan ETR perusahaan (Rodriguez dan Arias, 2012 dalam Nugraha, 2015). Perusahaan yang besar mempunyai manajemen yang baik biasanya mempunyai konflik perbedaan kepentingan yang lebih rendah antara pihak pemegang saham (prinsipal) dan pihak manajemen (Ardyansah, 2014). Lanis dan Richardson (2007) dalam Ardyansyah (2014) menyebutkan bahwa semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin rendah ETR yang dimiliki perusahaan tersebut.

Size mempunyai arah hipotesis yang negatif terhadap *effective tax rate*, hal ini dikarenakan *size* (ukuran perusahaan) berhubungan dengan aset. Semakin besar perusahaan cenderung mempunyai aset yang besar, aset yang besar ini setiap tahunnya akan mengalami penyusutan dan mengurangi laba bersih perusahaan, sehingga dapat memperkecil beban pajak yang dibayarkan (Ardyansah, 2014).

2. Pengaruh Antara *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage atau rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya, berapa besar beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti luas rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan atau dilikuidasi (Kasmir, 2015).

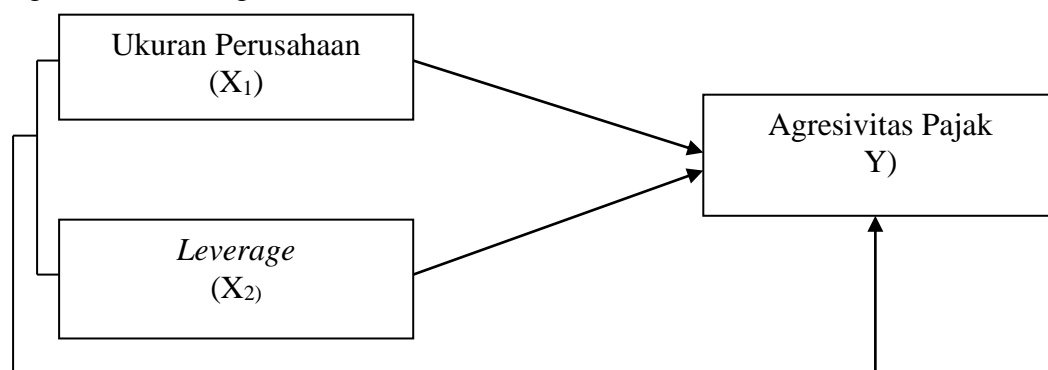
Leverage memiliki Pengaruh signifikan terhadap Agresivitas pajak perusahaan Septhe Dwi Pertiwi (2018), Namun hasil penelitian yang dilakukan Fajar & Naneik (2015) membuktikan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh pada tingkat agresivitas wajib pajak badan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan dan *leverage* menjadi hal penting terhadap agresivitas pajak. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap agresivitas pajak yaitu semakin besar ukuran perusahaan dan semakin tinggi *leverage* maka akan semakin rendah nilai CETR yang dimilikinya, dapat diperkirakan adanya peranan antara *leverage* yang mungkin dapat digunakan sebagai indikator, hal ini memungkinkan adanya tindakan penghindaran pajak.

Berpengaruhnya variabel independen terhadap dependen menandakan perusahaan memanfaatkan strategi dan teknik penghindaran pajak secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan. Metode dan teknik yang digunakan adalah dengan memanfaatkan kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri (Pohan,2013).

Berdasarkan kerangka teoritis diatas, maka kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat atau pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris (Sugiyono, 2013:113).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
- H₂ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
- H₃ : Ukuran perusahaan dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.