

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) merupakan suatu komponen penting dalam penyelenggaraan pembangunan di Indonesia. Di dalam struktur APBN terdapat dua unsur utama yaitu penerimaan dan pengeluaran. Untuk melaksanakan pembangunan nasional, negara membutuhkan dana pembangunan yang sangat besar dimana kebutuhan dana pembangunan tersebut setiap tahun meningkat seiring dengan peningkatan jumlah dan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan dana tersebut harus diperoleh terutama dari penerimaan yang bersumber dari dalam negeri berupa pajak, dibandingkan penerimaan yang bersumber dari luar negeri berupa hibah atau pinjaman. Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 menyatakan pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Di berbagai negara, sektor pajak masih menjadi sumber penerimaan negara yang paling besar. Setiap negara memiliki peraturan atau ketentuan yang berbeda-beda dalam hal mengenakan dan memungut pajak. Sumber penerimaan dalam negeri Indonesia dari sektor pajak terdiri dari Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), cukai, bea masuk dan pajak lainnya. Sektor

pajak adalah sumber penerimaan negara Indonesia yang paling besar dibandingkan sektor lainnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), penerimaan negara Indonesia dari sektor pajak pada tahun 2017 mencapai angka Rp. 1.472 triliun atau sekitar 84,8% dari total penerimaan, dan pajak penghasilan memberikan kontribusi yang paling besar atas penerimaan dari sektor pajak tersebut dengan angka mencapai Rp. 783 triliun.

Pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada wajib pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam suatu tahun pajak. Pemerintah harus memberikan perhatian yang besar dengan menyempurnakan berbagai peraturan atau ketentuan atas pajak penghasilan yang ada guna mendukung pembangunan nasional terlaksana dengan baik. Jika pembangunan nasional terlaksana dengan baik, maka akan tercapainya kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh rakyat. Salah satu wajib pajak atas pajak penghasilan adalah perusahaan.

Perusahaan memiliki kewajiban terkait pembayaran pajak atas penghasilan usaha yang diterima atau diperolehnya setiap tahun. Semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka kas yang diterima negara akan semakin besar juga. Pemerintah tentu berkeinginan untuk terus memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak, akan tetapi hal ini bertentangan dengan keinginan perusahaan. Perusahaan sebagai wajib pajak tentu berkeinginan dan berusaha untuk meminimalkan pajak penghasilan yang harus dibayarnya sehingga memperoleh penghasilan yang lebih besar untuk menyejahterakan pemegang saham dan menjamin kelangsungan hidup perusahaannya.

Pemerintah sangat mengandalkan sumber penerimaan dari sektor pajak untuk menunjang pembangunan nasional. Akan tetapi bagi perusahaan, pajak adalah beban yang akan mengurangi laba bersih usahanya. Oleh karena itu, biasanya perusahaan melakukan tindakan-tindakan tertentu untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarnya, salah satunya dengan tindakan penghindaran pajak atau biasa disebut agresivitas pajak. Slemrod (2004) dalam Nugraha (2015) menyatakan agresivitas pajak merupakan aktivitas spesifik yang mencakup transaksi-transaksi dengan tujuan menurunkan kewajiban pajak perusahaan.

Agresivitas pajak juga sering disebut sebagai *tax avoidance*. Hasanah dan Pahala (2015:8) menyatakan *tax avoidance* adalah usaha yang dilakukan wajib pajak entah berhasil atau tidak untuk mengurangi atau sama sekali menghapus utang pajak yang dilakukan dengan tidak melanggar ketentuan yang berlaku. Meskipun agresivitas pajak dilakukan secara legal atau tidak melanggar peraturan perpajakan yang berlaku, tetapi tindakan tersebut dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab dan tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak perusahaan dapat mempengaruhi penerimaan negara dari sektor pajak dan memiliki peran penting dalam hal pendanaan pembangunan. Walaupun demikian, setiap perusahaan memiliki kemungkinan untuk melakukan suatu tindakan yang agresif terhadap peraturan perpajakan yang berlaku di suatu negara.

Berdasarkan data dari Tim Redaksi Kompas dan Kumparan, berikut ini beberapa kasus agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan global:

Tabel I.1
Kasus Agresivitas Pajak Perusahaan Global

No	Nama Perusahaan	Tuduhan Kasus
1	Apple (2017)	Apple memindahkan keuntungan perusahaannya ke Jersey yang memberlakukan tarif pajak perusahaan nol persen untuk perusahaan asing. Pada tahun 2017, Apple telah menghasilkan 44,7 miliar dolar AS di luar Amerika Serikat dan hanya membayar pajak luar negeri 1,65 miliar dolar AS atau kurang dari 4%. Uni Eropa menginginkan Apple membayar sekitar 15 miliar dolar AS.
2	Gucci (2017)	Kepolisian Italia menyatakan, Gucci memindahkan hasil penjualan di Italia ke Swiss yang besaran pajaknya lebih rendah hingga 1,3 miliar euro.
3	Starbucks (2015)	Investigasi mengungkapkan bahwa Starbucks telah memangkas pembayaran pajak hingga 30 juta euro sejak tahun 2008. Di Belanda, Starbucks hanya membayar pajak kurang dari 1 persen dari keuntungan sebelum pajak yaitu 407 juta euro.
4	Google (2014)	Google memindahkan sekitar 10,7 miliar euro keuntungan perusahaannya di Belanda ke sebuah afiliasi yang bermarkas di Irlandia. Strategi ini dilakukan Google karena tingkat pajak di Irlandia hanya sebesar 6 persen.
5	IKEA (2014)	IKEA dituduh tidak membayar pajak lebih dari 1 miliar euro selama enam tahun terakhir. IKEA dilaporkan memindahkan uang dari Eropa ke tempat bebas pajak yaitu Lichtenstein dan Luksemburg.
6	Coca Cola (2014)	Coca Cola mengakali pajak di Indonesia sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai 49,24 miliar rupiah. Coca Cola telah melakukan penghindaran pajak yang menyebabkan setoran pajak berkurang dengan ditemukannya pembengkakan biaya iklan yang besar dari rentang waktu tahun 2002-2006 senilai 566,84 miliar rupiah.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2019).

Uraian fenomena yang terpapar di atas merupakan bukti bahwa agresivitas pajak selama beberapa tahun terakhir menjadi permasalahan yang penting dan banyak mendapat perhatian publik. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas

pajak dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Tindakan tersebut secara tidak langsung akan mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi kurang baik.

Selain memiliki kewajiban untuk membayar pajak atas penghasilan usahanya, perusahaan juga memiliki tanggung jawab atas lingkungan sosialnya, karena setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan disekitarnya. Hal ini sesuai dengan Pasal 74 Ayat 1 Bab 5 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang berisi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Undang-Undang tersebut juga menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan dan masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial ini kemudian sering disebut sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Saat ini, tanggung jawab sosial yang dilakukan beberapa perusahaan masih sesuatu yang bersifat sukarela, sedangkan dalam menjalankan usahanya tersebut perusahaan pasti akan memberikan dampak bagi masyarakat dan lingkungan disekitarnya.

Lanis dan Richardson (2012) menyatakan tanggung jawab sosial merupakan faktor penting dalam menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang baik dan telah

mengungkapkan secara luas informasi CSR dalam laporan tahunannya, akan mendapatkan kepercayaan dan persepsi yang baik di mata para *stakeholder* dan masyarakat. Salah satu pedoman dalam mengitung luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Lanis dan Richardson (2012) menyatakan semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Sedangkan Anita (2015) hasil penelitiannya menunjukkan tingkat pengungkapan CSR tidak bisa dijadikan jaminan akan rendahnya agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan karena informasi CSR yang diungkapkan belum tentu sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Nugraha (2015) menyatakan semakin agresif tindakan perusahaan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku, maka dapat disimpulkan perusahaan tersebut kurang peduli terhadap kesejahteraan lingkungan sosial disekitarnya. Agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tidak berbanding lurus dengan kegiatan CSR yang bertujuan mendukung kesejahteraan lingkungan sosial. Apabila perusahaan melakukan kegiatan CSR, maka dapat disimpulkan perusahaan tersebut peduli terhadap kesejahteraan lingkungan sosial. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR seharusnya patuh dan taat dalam membayar pajak atas penghasilan usahanya sesuai peraturan yang berlaku tanpa melakukan agresivitas pajak.

Besar atau kecilnya pajak yang dibayarkan perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa karakteristik perusahaan. Surbakti (2012) mengatakan karakteristik perusahaan merupakan ciri khusus yang melekat dalam suatu perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang diantaranya jenis usaha, tingkat

leverage, tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi dan lain-lain. Banyak penelitian yang telah menguji pengaruh CSR *disclosure* terhadap agresivitas pajak dengan menjadikan karakteristik perusahaan sebagai variabel kontrol dan tidak mengungkapkan hubungan variabel tersebut dengan agresivitas pajak. Pada penelitian ini, karakteristik perusahaan yang akan digunakan sebagai variabel independen selain CSR *disclosure* adalah *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Liu dan Cao (2007) dalam Nugraha (2015) menyatakan keterkaitan antara *leverage* dengan agresivitas pajak yaitu perusahaan dengan jumlah utang yang lebih banyak akan memiliki ETR yang lebih rendah karena biaya bunga dapat mengurangi pendapatan perusahaan sebelum pajak, dan tentunya akan mengurangi besarnya pajak yang harus dibayar. Rodriguez dan Arias (2012) dalam Ardyansah dan Zulaikha (2014) menyebutkan bahwa ada hubungan antara profitabilitas dengan ETR yang bersifat langsung dan signifikan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. Sedangkan Surbakti (2012) membuktikan bahwa perusahaan yang cenderung melakukan manajemen pajak adalah perusahaan besar. Artinya semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin mampu perusahaan tersebut untuk mengatur perpajakan dengan melakukan *tax saving* yang dapat memasukkan unsur penghindaran pajak.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas pengaruh antara *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak diantaranya penelitian Nugraha (2015) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh

terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian Budianti *et al* (2016) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian Ardyansyah (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian Jessica dan Toly (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Surbakti (2012) hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian Prameswari (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian fenomena yang sudah dijelaskan dan adanya ketidakkonsistenan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*”.

Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan-perusahaan yang tergolong besar. Sektor industri barang konsumsi dipilih karena pada umumnya setiap tahun sektor ini mengalami peningkatan pertumbuhan laba bersih yang cukup baik sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak semakin besar. Berdasarkan data dari Tim Redaksi Kontan, sembilan sektor yang menopang IHSG mencatat laba bersih senilai 998,3 triliun rupiah pada tahun 2017. Sektor industri barang konsumsi menempati urutan kedua dengan perolehan laba bersih sektoral terbesar senilai 44,86 triliun rupiah.

Sektor industri barang konsumsi terdiri dari sub sektor makanan & minuman, rokok, farmasi, kosmetik & barang keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga dan lainnya. Sektor ini tidak terpengaruh oleh krisis ekonomi karena di dalam sektor ini terdapat sub sektor makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh setiap orang. Selain itu, terkait dengan pengungkapan CSR, perusahaan sektor industri barang konsumsi lebih banyak memberikan dampak terhadap lingkungan disekitarnya akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, peneliti memilih perusahaan-perusahaan dalam sektor industri barang konsumsi sebagai bahan penelitian.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang ingin diuraikan dari penelitian ini adalah:

1. Apakah CSR *disclosure* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menguji apakah CSR *disclosure* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2. Untuk mengetahui dan menguji apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
3. Untuk mengetahui dan menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
4. Untuk mengetahui dan menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan banyak manfaat untuk berbagai pihak yang membutuhkan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris serta tambahan pengetahuan mengenai pengaruh *CSR disclosure*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak melalui teori yang terkait dengan penelitian ini yaitu teori agensi. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh. Oleh karena itu terkadang manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut, salah satunya melakukan tindakan agresivitas pajak yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kerugian bagi banyak pihak.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh CSR *disclosure*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, khususnya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan sektor industri barang konsumsi untuk menghindari praktik agresivitas pajak, karena tindakan tersebut tidak bertanggung jawab kepada sosial dan lingkungan sekitar.