

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pajak memiliki peranan penting bagi perekonomian Indonesia, hal tersebut karena pajak sebagai sumber pendapatan negara yang berasal dari iuran wajib rakyat. Dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 28 tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau pun badan yang sifatnya memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan dipergunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak sebagai sumber utama penerimaan negara digunakan untuk membiayai pengeluaran negara. Salah satunya untuk melaksanakan pembangunan dibutuhkan dana yang tidak sedikit, dan ditopang melalui penerimaan pajak. Oleh karena itu, pajak sangat dominan dalam menopang pembangunan nasional (bppk.kemenkeu.go.id).

Pohan (2018) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Perpajakan menjelaskan bahwa semenjak reformasi perpajakan dijalankan dengan dikeluarkannya undang-undang perpajakan yang baru tahun 1983, sistem perpajakan berubah dari *office assesment* menjadi *self assessment* dengan adanya sistem yang baru wajib pajak memiliki hak dan kewajiban untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri jumlah kewajiban perpajakannya.

Salah satu yang menjadi sumber penerimaan pajak negara berasal dari kegiatan perusahaan yang merupakan salah satu wajib pajak, perusahaan mempunyai kewajiban untuk melakukan pembayaran pajak sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang. Sementara bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai biaya yang akan mengurangi keuntungan perusahaan dan memperkecil laba bersih. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan berusaha mencari cara untuk dapat mengurangi besarnya biaya pajak yang dibayar (Prameswari 2017).

Kesenjangan antara kepentingan pemerintah dan juga kepentingan perusahaan mengenai pajak, menimbulkan strategi-strategi perusahaan guna meminimalkan pajak. Seperti yang kita ketahui bahwa semakin besar laba perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang terutang. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menekan beban pajaknya dengan tindakan agresivitas pajak. (Savitri dan Ita 2017) menjelaskan bahwa agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Jika dikaitkan dengan penghindaran pajak dan penggelapan pajak, agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan legal dalam upaya untuk mengurangi pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan data penerimaan pajak dalam kurun waktu 5 tahun sejak 2013-2017 tercatat bahwa tidak pernah tercapai sesuai dengan target yang ditetapkan, dimana penerimaan pajak dalam kurun waktu tersebut selalu mengalami *shortfall*. *Shortfall* merupakan sebuah kondisi ketika nilai realisasi

lebih rendah dibandingkan dengan nilai target yang sebelumnya telah ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Dalam konteks penerimaan pajak, *shortfall* sering terjadi ketika realisasi penerimaan pajak dalam satu tahun nilai nya kurang dari target penerimaan pajak (kompas.com).

Tabel I.1
Realisasi Penerimaan Pajak

Tahun	Target	Realisasi	Shortfall
	(dalam triliun)		
2013	Rp995	Rp921	Rp74
2014	Rp1.072	Rp985	Rp87
2015	Rp1.294	Rp1.095,77	Rp198,23
2016	Rp1.355	Rp1.141,45	Rp213,55
2017	Rp1.284	Rp770,7	Rp513,3

Sumber: finance.detik.com data diolah oleh peneliti (2019)

(Kurniawati dan Arifin 2017) menyatakan bahwa tidak tercapainya penerimaan negara dari sektor pajak disebabkan oleh rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Salah satu bentuk ketidakpatuhan wajib pajak yaitu dengan melakukan pelaporan pajak agresif untuk menghindari pajak.

Penelitian ini membahas dua fenomena agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, yang pertama adalah kasus RNI yang terjadi pada tahun 2016. PT RNI (Rajawali Nusantara Indonesia) merupakan perusahaan modal asing yang bergerak di jasa kesehatan, perusahaan tersebut terafiliasi perusahaan di Singapura yang memiliki aktivitas di beberapa kota di Indonesia yakni: Jakarta, Solo, Semarang dan Surabaya. Modus yang dilakukan oleh PT

RNI adalah dengan pemberian pinjaman dari pemilik perusahaan yang berasal dari Singapura kepada PT RNI di Indonesia, pemilik tersebut tidak menanamkan modal tetapi seolah-olah seperti memberikan utang kepada PT RNI di Indonesia, karena modal yang diberikan dimasukkan sebagai utang maka mengurangi pajak perusahaan dan terhindar dari kewajiban. Modus lain yang dilakukan oleh PT RNI dalam melakukan penghindaran pajak yaitu dengan memanfaatkan peraturan pemerintah tentang pajak penghasilan khusus UMKM dengan tarif 1% meskipun omset dari PT RNI dibawah 4,8 milyar namun menteri keuangan mempertanyakan etika dari PT RNI tersebut dikarenakan status PT RNI yang sudah PMA namun masih menggunakan tarif pajak UKM (kompas.com).

Fenomena yang kedua terjadi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang melakukan penghindaran pajak, sebagai contoh beberapa tahun lalu Direktorat Jenderal Pajak telah menyelidiki kasus penghindaran pajak oleh PT Coca Cola Indonesia. PT CCI diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp49,24 miliar. PT CCI mengakui beban biaya yang besar sehingga mengurangi penghasilan kena pajak yang berdampak pada jumlah pajak terutang yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan mengecil. Beban biaya tersebut adalah beban biaya untuk iklan produk minuman coca cola (nasional.kontan.co.id).

Berdasarkan fenomena yang terjadi maka dapat disimpulkan bahwa, kasus penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan yang ada di Indonesia cukup banyak dan merugikan negara dalam hal penerimaan pajak

yang tidak tercapai dengan optimal, hal tersebut perlu menjadi sorotan penting karena merugikan banyak pihak dan juga berkurangnya sumber pendanaan negara karena praktik-praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah menemukan beberapa faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan namun hasil penelitian tersebut masih berbeda-beda. Salah satu faktor yang berhubungan dengan agresivitas pajak yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. (Prameswari 2017) menjelaskan bahwa kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah bagian dari perencanaan perusahaan. CSR bukanlah kegiatan mengurus keuangan perusahaan akan tetapi menjadi hal yang menguntungkan kompetitif dan pada akhirnya dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. CSR bukanlah formalitas akan tetapi ikut berperan membangun ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan lingkungan yang bermanfaat dan kualitas kehidupan tidak hanya bagi perusahaan akan tetapi bagi masyarakat dan juga komunitas.

Penelitian (Ratmono dan Winarti, 2015) menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan banyak informasi mengenai pengungkapan CSR berharap mendapatkan legitimasi dari masyarakat bahwa kegiatan perusahaan telah sesuai dengan harapan masyarakat. Dengan mengungkapkan CSR perusahaan berusaha menunjukkan bahwa mereka memberikan kontribusi penting bagi masyarakat. Selain itu, penelitian Suparmini (dalam Nurjanah, 2018) menyatakan bahwa nilai pengungkapan CSR yang tinggi dapat

menurunkan nilai agresivitas pajak hal tersebut karena perusahaan menggunakan biaya CSR untuk meminimalkan beban pajak perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian (Aalin, 2018; dan Lanis dan Grant, 2017) menunjukkan hasil yang berpengaruh positif. Penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial yang tinggi cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak, hal tersebut dilakukan untuk menyamarkan agresivitas pajak perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian (Ratmono, 2015; Nugraha dan Wahyu, 2015) yang menemukan hasil negatif. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang semakin rendah menyebabkan tingkat agresivitas yang tinggi hasil ini memberikan dukungan empiris untuk teori legitimasi karena perusahaan selalu berusaha untuk mendapat dukungan dari lingkungan institusionalnya. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewi dan Cynthia, 2018; Nurjanah, 2018; Jessica dan Agus, 2014) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut karena informasi CSR yang disajikan perusahaan belum tentu sesuai dengan kondisi yang sebenarnya melainkan hanya untuk memenuhi ketentuan yang ditetapkan bagi perusahaan.

Faktor lain yang juga mempengaruhi agresivitas pajak yaitu *leverage*. Variabel *leverage* dipilih karena berdasarkan pemaparan kasus diketahui bahwa utang menjadi salah satu cara untuk dapat mengurangi pajak

perusahaan. Penelitian (Ardy dan Ari 2016) menyatakan bahwa perusahaan memungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan juga investasi. Semakin besar utang maka akan berdampak pada laba kena pajak yang semakin kecil karena penggunaan utang menimbulkan beban bunga yang termasuk *deductible expense* sehingga penggunaan beban bunga untuk meminimalkan beban pajak dapat dikategorikan sebagai tindakan pajak agresif.

Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian (Ardy dan Ari, 2016; Hartadinata, 2013; Indrajati dkk, 2017) menunjukkan hasil yang berpengaruh positif. Penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin besar perusahaan menggunakan utang maka semakin kecil beban pajak perusahaan, hal tersebut akan berdampak pada nilai agresivitas pajak yang tinggi. Berbeda dengan penelitian (Savitri dan Ita, 2017; Suyono 2018) yang menunjukkan hasil negatif. Penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang mengandalkan utang untuk kegiatan perusahaan memiliki beban bunga yang tinggi sehingga dapat menjadi pengurang pendapatan kena pajak. Karena pendapatan kena pajak menjadi rendah maka pajak yang dikenakan pada perusahaan akan rendah sehingga perusahaan cenderung untuk tidak melakukan agresivitas pajak. Hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian (Fahrani dkk, 2018; Nurjanah, 2018; Rohmansyah, 2017; Susanto dkk, 2018; Tiaras dan Henryanto, 2015). Penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara *leverage* dengan agresivitas pajak. Hal tersebut karena

mereka berpendapat bahwa tingkat utang bukan menjadi faktor penentu perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak karena perusahaan yang memiliki tingkat utang yang tinggi ataupun rendah sama-sama memiliki kecenderungan untuk melakukan agresivitas pajak.

Faktor lain dari agresivitas pajak yaitu ukuran perusahaan, variabel ukuran perusahaan dipilih karena berdasarkan pemaparan kasus PT RNI dan PT Coca Cola Indonesia, dapat disimpulkan bahwa banyak kasus penghindaran pajak dilakukan oleh perusahaan yang memiliki skala besar. (Prameswari, 2017) menyatakan bahwa perusahaan dalam skala besar memiliki pengalaman yang lebih lama untuk melakukan operasinya, dan mempunyai pengalaman yang lebih dalam strategi untuk keberlangsungan operasinya, tidak terkecuali tindakan meminimalkan pajak.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Terdapat penelitian yang menemukan hasil negatif (Harnovinsyah dan Septiana, 2016; Hidayat dan Dani, 2016; Hartadinata, 2013). Penelitian tersebut menunjukkan hasil yang negatif karena perusahaan dengan skala yang besar cenderung tidak melakukan agresivitas pajak karena ukuran perusahaan berhubungan dengan aset. Semakin besar perusahaan maka cenderung mempunyai aset yang besar, aset yang besar setiap tahunnya akan mengalami penyusutan dan mengurangi laba bersih perusahaan sehingga memperkecil beban pajak yang dibayarkan. Sedangkan penelitian (Dewi dan Cynthia, 2018; Prameswari, 2017; Susanto dkk, 2018; Nugraha dan Wahyu, 2015) menunjukkan bahwa tidak adanya

pengaruh antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dan juga hasil penelitian sebelumnya yang hasilnya masih berbeda-beda peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai agresivitas pajak pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2017. Peneliti tertarik untuk menggunakan sektor industri barang konsumsi karena sektor industri barang konsumsi merupakan industri yang memiliki investasi yang cukup menjanjikan (cekindo.com). Hal tersebut dikarenakan industri barang konsumsi menyediakan produk-produk yang merupakan kebutuhan primer masyarakat, dimana dalam industri barang konsumsi terdapat sub sektor seperti; makanan & minuman, rokok, farmasi, kosmetik & keperluan barang rumah tangga, serta peralatan rumah tangga.

Tingginya kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan primernya akan berdampak pada tingginya permintaan masyarakat akan barang konsumsi, hal tersebut juga akan berdampak pada laba yang didapatkan oleh perusahaan serta berpengaruh terhadap beban pajak perusahaan tersebut salah satunya sub sektor perusahaan makanan dan minuman. Seperti yang dikatakan oleh Menteri Perindustrian Airlangga Hartato bahwa perusahaan makanan dan minuman merupakan sektor industri yang menjadi andalan pada tahun 2018 dan juga memiliki pertumbuhan tertinggi di tahun 2017 yakni 9,23 persen.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan peneliti untuk menggunakan sektor industri barang konsumsi adalah karena perusahaan sektor industri

barang konsumsi memberikan dampak secara langsung dari kegiatan operasional perusahaan berupa polusi, keamanan produk, limbah dan tenaga kerja serta keterlibatan masyarakat hal tersebut karena perusahaan industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang paling banyak melakukan interaksi dengan masyarakat luas. Jika dilihat dari produksinya, perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan langsung dengan terciptanya pencemaran lingkungan.

Selain itu juga perusahaan sektor industri barang konsumsi juga merupakan suatu perusahaan yang menjual dan menawarkan produk kepada konsumen sehingga dalam keselamatan maupun keamanan produknya menjadi bagian hal yang terpenting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Perusahaan akan berusaha untuk melakukan dan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial nya agar masyarakat lebih mengenal produk dari perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang diperjual belikan oleh perusahaan tersebut. Berdasarkan pemaparan faktor dan keterkaitan pemilihan sektor dengan variabel yang di teliti maka perusahaan sektor industri barang konsumsi adalah sektor yang sangat relevan untuk digunakan pada penelitian ini.

Untuk itu peneliti mengambil tiga variabel yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang dianggap dapat mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh**

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai identifikasi masalah yang ada maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini untuk:

1. Membuktikan pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak.
2. Membuktikan pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak.
3. Membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan juga wawasan mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dan juga dapat memberikan fakta atau bukti empiris serta menjadi referensi untuk penelitian mengenai agresivitas pajak.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai agresivitas pajak dan juga kerugian negara karena praktik agresivitas pajak, sehingga tindakan agresivitas pajak tidak dilakukan diluar batas yang diperbolehkan agar tidak menimbulkan kerugian bagi pemerintah bahkan negara dan juga kerugian bagi perusahaan dikemudian hari. Selain itu juga, penelitian ini dan penelitian sejenis yang membahas faktor-faktor agresivitas pajak dapat menjadi evaluasi bagi pemerintah untuk lebih menekankan sanksi dan juga peraturan perpajakan sehingga dapat meminimalisir agresivitas pajak perusahaan.