

BAB 1

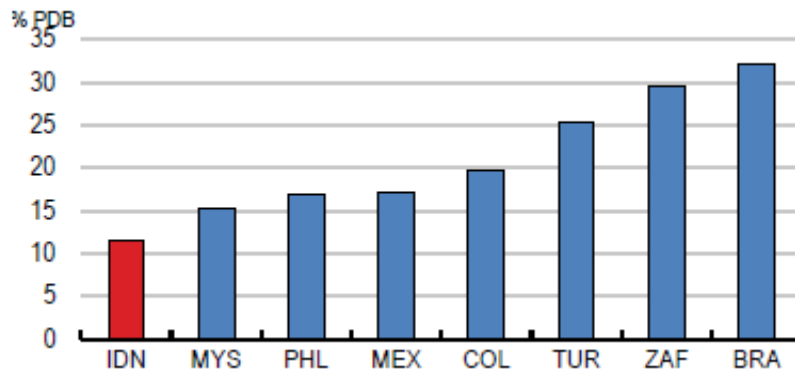
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara merupakan suatu wilayah yang memiliki peraturan undang-undang yang berlaku bagi yang berada di wilayah tersebut. Undang-undang mengatur seluruh peraturan di Indonesia, termasuk salah satunya tentang peraturan perpajakan. Perencanaan pajak merupakan kegiatan yang dilakukan oleh wajib pajak melalui usaha atau strategi tertentu untuk mengurangi pajak, karena pajak dianggap sebagai beban. Tujuan dari perencanaan pajak ini adalah meminimalkan pajak untuk mencapai laba yang optimal. Salah satu bentuk dari perencanaan pajak adalah agresivitas pajak. Lanis (2012), agresivitas pajak merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan perusahaan. Demi meminimalkan pajak perusahaan, agresivitas pajak menjadi hal yang umum di seluruh dunia.

Agresifitas pajak dapat tercermin dari penerimaan pajak di negara Indonesia. Kementerian keuangan tahun 2018 mencatat jumlah wajib pajak yang terdaftar pada tahun 2018 adalah 38.651.881 dengan wajib pajak yang wajib menyampaikan SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan) sebesar 17.653.963. Sedangkan wajib pajak orang pribadi yang melaporkan SPT tahun 2017 yakni sebesar 10.589.648. Dengan begitu, rasio kepatuhan tahun 2018 hanya sebesar 63,9 persen (Direktorat jendral pajak, 2018). Realisasi rasio kepatuhan yang rendah salah satunya diakibatkan oleh adanya perencanaan pajak yang agresif.

Kurniawati (2017) Seperti yang dilansir oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) dalam gambar 1.1.



Sumber : OECD, *Revenue Statistics Database*

Gambar 1.0.1 Tax Ratio Beberapa Negara Berkembang Tahun 2018

Dari gambar 1.1 dapat di ketahui bahwa penerimaan pajak di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan dengan negara berkembang lainnya. *Tax ratio* Indonesia hanya sebesar 12%, dibanding beberapa negara lain di Asia (OECD, 2018). *Tax ratio* ini mengindikasikan adanya pembayaran pajak yang nilainya lebih kecil dari pajak yang seharusnya dilaporkan dan dapat pula mengindikasikan adanya *underground economy* dimana wajib pajak tidak melaporkan penghasilan yang mereka terima dalam SPT.

Yani (2018), sistem pemungutan pajak di Indonesia memakai sistem *self appraisal framework*, yang mana sistem tersebut memberikan wewenang penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, menyetorkan dan melaporkan sendiri Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) dan Surat Setoran Pajak (SSP) ke kantor perpajakan. *Self appraisal framework* merupakan sistem perpajakan yang rentan terhadap penyelewengan dan pelanggaran. Salah satu penyelewengan yang dapat dilakukan adalah dengan cara agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan

tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi kewajibannya. Terdapat beberapa penelitian yang mencoba meneliti mengenai ketaatan pajak maupun agresivitas pajak.

Agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dipandang sebagai tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dengan memaksimalkan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007). Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Peraturan inilah yang mendasari perusahaan untuk mengalokasikan CSR mereka dan mengungkapkannya. Penelitian yang dilakukan oleh Kuriah (2016) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap agresivitas pajak, artinya bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan memang menggunakan biaya-biaya CSR untuk kepentingan masyarakat dan perusahaan memang bukan sengaja melakukan agresivitas pajak melalui biaya-biaya yang dikeluarkan untuk program CSR. Sehingga hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan aktivitas CSR, maka semakin tinggi sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan yang dicerminkan

dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau dapat disimpulkan bahwa perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak.

Hubungan antara CSR dan perilaku perusahaan juga ditunjukkan dalam teori legitimasi dan teori *stakeholder*. Dimana dalam teori legitimasi menganggap harapan masyarakat merupakan tolok ukur perusahaan dalam melakukan sesuatu sesuai dengan sistem, norma dan aturan sosial (Suchman, 1995). Apabila perusahaan melakukan pengungkapan atas CSR mereka sesuai dengan harapan masyarakat, maka *image* perusahaan akan baik di mata masyarakat. Sehingga dalam penelitian ini menguji pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang digunakan perusahaan untuk mengurangi potensi kekhawatiran publik atas dampak negatif dari agresivitas pajak perusahaan dan untuk menunjukkan bahwa mereka memenuhi harapan masyarakat. Sedangkan teori *stakeholder* menyebutkan bahwa perusahaan tidak hanya berjalan sendiri namun harus memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Sehingga dengan adanya pengungkapan CSR maka perusahaan telah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholder* mereka (Gantino, 2016).

Penelitian yang kedua mencoba mengaitkan likuiditas dengan agresivitas pajak. Suyanto (2012), menyatakan bahwa likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi kemungkinan memiliki sumber daya yang baik sehingga memiliki aktivitas yang baik untuk menutupi utangnya, sedangkan apabila likuiditas perusahaan rendah menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang dimiliki dengan kurang baik sehingga

kemungkinan dapat mengacu pada tindakan agresivitas pajak untuk memperbaiki likuiditas perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* dimana likuiditas menjadi salah satu informasi yang penting bagi *stakeholder* dalam memberikan informasi yang dibutuhkannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fadli (2016) didapatkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan dan koefisien regresi yang bernilai negatif berarti perusahaan yang memiliki rasio likuiditas rendah diindikasikan melakukan tindakan agresivitas pajak karena perusahaan lebih mementingkan arus kas daripada harus membayar pajak yang lebih tinggi. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Nurafifah (2020) yang menyatakan bahwa pada variabel likuiditas dari hasil analisis regresi data panel menunjukkan adanya hubungan negatif antara likuiditas dengan agresivitas pajak, yang berarti bahwa besar atau rendahnya rasio likuiditas tidak dapat mempengaruhi perusahaan melakukan agresivitas pajak.

Selain faktor CSR dan likuiditas, faktor lain yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan tolok ukur perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba pada tahun berjalan. Utami (2018) menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki tingkat pengungkapan kewajiban pajak yang tinggi pula. Profitabilitas diproksikan dengan rasio *Return On Assets* (ROA). ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa efektif suatu perusahaan

dalam mencapai tujuannya. Pemerintah merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan, berdasarkan teori *stakeholder* maka profitabilitas dapat menjadi salah satu informasi yang berguna bagi stakeholder. Jayanto Purba (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan yang mengindikasikan bahwa perusahaan yang semakin efisien dan mempunyai profit yang tinggi maka semakin menghindari pajak. Hasil berbeda didapatkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena dengan profitabilitas perusahaan yang tinggi akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. Sehingga perusahaan memilih untuk tidak melakukan agresivitas pajak dengan menurunkan *pre-tax income* (laba sebelum pajak penghasilan), karena hal itu akan menurunkan profitabilitas perusahaan yang mengindikasikan kinerja perusahaan kurang baik.

Perusahaan dengan keuntungan yang besar maka beban pajak yang harus dibayar juga tinggi, sehingga kemungkinan adanya perencanaan pajak untuk dapat mengurangi ETR (*Effective Tax Rate*) perusahaan. Sehingga, semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka beban pajak yang dibayarkan perusahaan juga besar, karena perusahaan yang memiliki profitabilitas besar akan terlihat dalam laporan keuangan dan tentunya memiliki beban pajak lebih besar yang harus dibayarkan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian Prasista (2016) yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh pada agresivitas pajak, hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Berbeda dengan penelitian

yang dilakukan oleh Nugraha (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan karena adanya reformasi perpajakan yang dapat dimanfaatkan.

Berdasarkan penjelasan di atas dan adanya beberapa *research gap* pada penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul “pengaruh *corporate social responsibility*, likuiditas dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak perusahaan industri barang konsumsi”.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka batasan masalah pada penelitian ini yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Likuiditas dan Profitabilitas dan Agresivitas Pajak pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018 - 2020.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi agresivitas pajak suatu perusahaan. Oleh karena itu, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
- b. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
- c. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.
- b. Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak.
- c. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan penambahan pembelajaran dalam menerapkan ilmu pengetahuan tentang *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas dan Profitabilitas dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana akuntansi Strata 1 (S1) di ITB Widyagama Lumajang.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di bidang akuntansi. Terutama mengenai bahasan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas maupun tindakan agresivitas pajak

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi atau literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak.

1.5.2 Manfaat Praktis

d. Bagi Investor

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolok ukur dalam menganalisa *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas dan Profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

e. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan evaluasi dalam menarik investor untuk berinvestasi kepada perusahaan dengan mempertimbangkan rasio-rasio yang telah dipelajari dalam penelitian ini.

