

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Agresifitas pajak merupakan suatu tindakan yang bertujuan untuk merekayasa laba perusahaan kena pajak melalui proses perencanaan pajak baik menggunakan cara legal (*tax avoidance*) atau illegal (*tax evasion*). Agresifitas pajak dapat di nilai dari seberapa besar perusahaan menggunakan beberapa langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah yang ada dalam peraturan pajak. Dengan itu perusahaan akan dinilai semakin agresif terhadap pembayaran beban pajak (Mustika, 2017).

Mangoting (2018) menyatakan bahwa manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang di harapkan menejemen. Tindakan menejerial yang dirancang umum di lingkungan perusahaan di deluruh dunia. Walaupun kegiatan perencanaan pajak tidak semua di katakan melanggar peraturan ,tetapi semakin besar dan banyak cara yang digunakan suatu perusahaan dalam penghematan pajak maka perusahaan tersebut dalam keadaan agresif terhadap pajak.

Faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak dalam penelitian ini yang akan diteliti karena berdasarkan (Shinta 2018) diindikasikan mempengaruhi agresivitas pajak yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility*, intensitas persediaan. Faktor yang pertama dalam penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen Perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam

pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial Perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. (Reminda, 2017)..

Holme, (2017) menyatakan *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah komitmen bisnis untuk bertindak etis, berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang di lakukan suatu perusahaan secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut serta mampu meningkatkan kemampuan keuangan perusahaan secara maksimal untuk jangka waktu yang lama merupakan salah satu keuntungan dari perusahaan apabila mendapat *legitimasi sosial* (Rengganis, 2018) Untuk melaksanakan *Corporate Sosial reponbility* dalam kegiatan oprasinya, kesadaran antara satuperusahaan dan yang lainnya cenderung berbeda. Jika suatu perusahaan sadar akan pentingnya kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* untuk dilakukan maka perusahaan akan menyadari pentingnya pembayaran pajak dan kontribusi yang di berikan kepada Negara. Rengganis (2018) menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin rendah agresifitas yang di lakukan perusahaan.

Corporate social Responsibility di anggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai agresifitas pajak maka akan semakin menunjukkan agrsifitas yang rendah. Jika pengungkapan nilai *Corporate Sosial Resopnibility* besar, belum tentu perusahaan akan semakin tidak aggressive (Meidiyustiani, 2016)

Elis (2017) menyatakan Teori legitimasi di dasarkan pada adanya kontak sosial antara adanya sebuah institusi dengan masyarakat, dimana diperlukan sebuah tujuan institusi yang kongruen dengan nilai nilai yang ada didalam masyarakat. Menurut teori ini, tindakan sebuah institusi haruslah mempunyai aktifitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat. Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan suatu perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal – hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Selain itu kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang di lakukan perusahaan akan menurunkan tindakan agresifitas pajak perusahaan. Hal tersebut di karenakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sendiri dalam laporan tahunan perusahaan adalah untuk menunjukkan kepada masyarakat dan public bahwa selian mencari keuntungan, perusahaan juga melakukan kewajibannya terhadap lingkungan sekitar dan mampu mewujudkan keinginan masyarakat (Laksmi, 2020).

Faktor yang kedua intensitas persediaan berpengaruh positif terhadap agresifitas pajak, dimana sedikit banyaknya persediaan yang di miliki oleh perusahaan bukan merupakan faktor untuk menentukan besar kecilnya jumlah pajak yang di bayar perusahaan (Savitri, 2017). Andhari, (2017) menjelaskan bahwa Intensitas persediaan atau *inventory intensity* adalah salah satu bagian aktiva yang diproksikan dengan membandingkan antara total persediaan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan tingkat intensitas persediaan yang tinggi akan lebih agresif terhadap tingkat beban pajak yang

diterima. Perusahaan seperti ini juga akan mampu melakukan efisiensi biaya sehingga laba perusahaan dapat meningkat. Laba dalam satu periode berjalan dapat digantikan dengan adanya persediaan yang tinggi dan dialokasikan pada periode mendatang.

Nurul Adrisa, (2018) Hubungan antara gren teori dengan intensitas persediaan bisa di jelaskan melalui hubungan atau kontrak antara principal dan agen merupakan teori agensi. Teori agensi di asumsikan kepentingan dari setiap individu yang menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agen. Seringkali terjadi pemisahan antara pengelola perusahaan (pihak menejemen, disebut juga seagai *agent*) dengan pemilik perusahaan (atau pemegang saham, disebut juga sebagai *principal*). Untuk perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas (PT), tanggung jawab pemilik hanya terbatas pada modal yang disetorkan. Artinya, apabila perusahaan mengalami kebangkrutan, maka modal sendiri (ekuitas) yang telah disetorkan oleh para pemilik perusahaan mungkin sekali akan hilang, tetapi kekayaan pribadi pemilik tidak akan diikut sertakan untuk menutup kerugian tersebut. Dengan demikian memungkinkan munculnya masalah-masalah keagenan (*agency problem*) (Nurfadilah, 2016).

Godfrey et al, (2017) menyatakan bahwa masalah keagenan pada dasarnya menimbulkan biaya agensi. Biaya agensi yang timbul adalah sebagai biaya pemantauan terhadap agen. Biaya yang dikeluarkan oleh principal berupa biaya untuk mengukur mengamati dan mengontrol perilaku agen.

Semakin tinggi intensitas persediaan maka semakin efisien dan efektif perusahaan dalam mengelola persediaannya. Apabila intensitas persediaan

perusahaan tinggi maka tingkat biaya semakin berkurang dan meningkatkan jumlah laba, maka semakin tinggi intensitas persediaan akan meningkatkan tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Hidayat (2018) PSAK 14 6 no.13 menyatakan adanya beberapa pemborosan yang ditimbulkan akibat tingginya tingkat persediaan, biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya produksi, biaya penyimpanan, biaya administrasi dan umum, dan biaya penjualan. Biaya-biaya tersebut nantinya akan mengurangi tingkat laba bersih perusahaan dan mengurangi beban pajak.

Penelitian lain yang di lakukan oleh (Kuriah, 2016) menunjukkan hasil *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap agresifitas pajak namun pada penelitian (Shinta, 2018) menunjukkan hasil penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresifitas pajak. Adisamartha (2015) menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas persediaan berpengaruh terhadap agresifitas pajak. Sedangkan (Romadhina, 2019) menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan intensitas persediaan tidak berpengaruh pada agresifitas pajak.

Alasan memilih perusahaan yang bergerak di perusahaan sektor industri barang dan konsumsi, karena perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor sebab melalui daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang oleh sektor konsumsi yang tumbuh 28% (Kuriah, 2016) kenaikan ini merupakan kenaikan tertinggi kedua dari sepuluh sektor yang ada. Selain itu secara tidak langsung, sektor industri barang komsumsi dapat mempresentasikan beberapa besar tingkat konsumtif masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut maka

peneliti tertarik untuk pengambil topik dengan judul "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Intensitas Persediaan terhadap agresifitas pajak pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2020".

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penulis tidak akan membahas terlalu jauh masalah yang diteliti, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Peneliti menggunakan 2 variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Intensitas Persediaan.
2. Objek dari penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI dan untuk tahun penelitiannya yaitu tahun 2018 – 2020.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, dapat dirumuskan suatu rumusan masalah yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresifitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?
2. Bagaimana pengaruh intensitas persediaan terhadap agresifitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?

2.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresifitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh intensitas persediaan terhadap agresifitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang akuntansi agresifitas pajak khususnya *Corporate Social Responsibility* intensitas persediaan untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang serupa.

2. Bagi Akademis

Dapat memberikan kontribusi dan sebagai penunjang dalam pengembangan teori mengenai *Corporate Social Responsibility*, Intensitas persediaan terhadap agresifita pajak

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harapkan dapat menjadi rujukan dan bahan referensi untuk penelitia selanjutnya dengan mengembangkan lebih banyak variabel, dan juga dapat memberikan pengetahuan tentang *Corporate Sosial Responsibility*.