

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin majunya perekonomian dalam suatu negara, maka akan dapat memunculkan kesempatan besar bagi perusahaan-perusahaan yang ada dalam mengembangkan bisnisnya melalui beragam kreasi dan inovasi. Sudah menjadi hal umum, bahwa perusahaan yang berorientasi pada laba tentunya akan memiliki motivasi untuk mendapatkan laba sebanyak-banyaknya dengan cara meminimalisir biaya-biaya yang dikeluarkan. Salah satu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya ialah pajak.

Pajak adalah sumber pendapatan yang paling besar bagi negara ini, yang kemudian diperuntukan dalam membiayai pengeluaran negara, baik yang bersifat rutin maupun pengeluaran dalam pembangunan nasional. Berkaca pada Undang-Undang No. 36 Tahun 2008, mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pajak ialah “kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Sebagai sumber pendapatan terbesar bagi negara dan cukup berperan penting dalam nominal anggaran APBN, maka pemerintah menerapkan kebijakan-kebijakan tertentu guna memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak. Pajak, bagi negara adalah sumber pendapatan namun tidak bagi perusahaan. Bagi perusahaan, pajak merupakan biaya yang dapat menurunkan laba bersih perusahaan. Adanya perbedaan cara pandang antara perusahaan dengan pemerintahan terhadap pajak ini tentunya akan memiliki dampak bagi penerimaan pajak negara. Perusahaan tentunya akan berupaya untuk mengecilkan biaya pajak yang ditanggungnya. Cara yang dapat dilakukan untuk mencapai hal tersebut adalah dengan melakukan tindakan agresivitas pajak melalui perencanaan pajak (*tax planning*).

Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah sebuah tindakan dalam proses pengorganisasian seorang wajib pajak atau sekelompok wajib pajak dengan

sedemikian rupa yang bertujuan mendapatkan nominal paling kecil dalam hutang pajak, baik pajak penghasilan maupun lainnya, selama hal ini masih dimungkinkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku (Setyoningrum dan Zulaikha, 2019). Dalam rangka meminimalisir beban pajak, jalan yang diambil manajemen yakni dengan melakukan agresivitas pajak, dimana hal ini telah semakin umum terjadi di lingkungan perusahaan. Wijaya dan Saebani (2019) mengemukakan bahwa agresivitas pajak adalah sebuah tindakan yang dilakukan sedemikian rupa dengan tujuan mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan, dan tujuan tersebut dicapai melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*), baik dilakukan dengan cara legal (*tax avoidance*) yakni dengan memanfaatkan celah pada peraturan perundang-undangan atau cara ilegal (*tax evasion*) misalnya dengan melakukan pencatatan beban yang dibesar-besarkan dari jumlah sebenarnya (beban fiktif).

Tabel 1.1 Penerimaan Perpajakan 2019-2020

Keterangan	Penerimaan Perpajakan (Milyar Rupiah)		
	2019	2020	2021
Pajak Dalam Negeri	1.505.088,20	1.248.415,11	1.474.145,70
Pajak Penghasilan	772.265,70	594.033,33	696.676,60
PPN dan PPnBM	531.577,30	450.328,06	551.900,50
PBB	21.145,90	20.953,61	18.924,80
Jumlah	2.830.077,10	2.313.730,11	2.741.647,60

Sumber : www.bps.go.id “telah diolah kembali”

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa penerimaan perpajakan mengalami naik turun. Dalam rentang tahun 2019-2020, penerimaan terendah terjadi di tahun 2020. Pajak Dalam Negeri di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 17,05% dari tahun sebelumnya. Disusul dengan Pajak Penghasilan yang menurun sebesar 23,08%, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPN dan PPnBM) menurun sebesar 15,28% serta Pajak Bumi dan Bangunan yang mengalami penurunan paling kecil diantara yang lainnya, yakni sebesar 0,9%.

Pemerintah mencatat hingga akhir 2020, realisasi penerimaan pajak hanya tercatat sebesar Rp 1.069,98 triliun. Angka yang jauh meleset dari target yang ditetapkan Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2020, Direktorat Jendral Pajak (DJP) sebesar Rp 1.198,82 triliun. Dari laporan kinerja DJP 2020, diketahui penerimaan pajak hingga triwulan IV tahun 2020 ditopang oleh penerimaan Pajak Penghasilan (PPh) non migas sebesar Rp 560,67 triliun atau 52,41%. Berikutnya ada Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) yang berkontribusi sebesar Rp 448,39 triliun atau sebesar 41,91% dari total penerimaan. PPh migas memberi kontribusi sebesar Rp 33,18 triliun atau 3,1%. Selanjutnya, Pajak Bumi Bangunan (PBB) dan pajak lainnya menyumbang sebesar Rp27,73 triliun atau 19,71% dari total penerimaan. (www.bisnis.tempo.co)

Agresivitas pajak tentunya menjadi momok menakutkan bagi Indonesia. Laporan dari Tax Justice Network mengatakan bahwa akibat agresivitas pajak, Indonesia diperkirakan merugi sebesar Rp 68,7 triliun per tahun. Dalam laporan yang bersangkutan disebutkan, dari angka kerugian tersebut, sebanyak 98,34% atau setara dengan Rp67,6 triliun merupakan hasil dari agresivitas pajak yang dilakukan oleh korporasi di Indonesia. Sedangkan sisanya, sebesar Rp 1,1 berasal dari wajib pajak orang pribadi. Laporan tersebut menyebutkan, dalam menjalankan aksinya perusahaan multinasional mengalihkan laba yang diperoleh ke negara yang dianggap sebagai surga pajak. Hal itu bertujuan agar tidak melaporkan berapa banyak keuntungan yang sebenarnya dihasilkan di negara tempat berbisnis. Sehingga korporasi membayar pajak lebih sedikit dari apa yang seharusnya dibayarkan. Di lain sisi, bagi wajib pajak orang pribadi yang tergolong orang kaya menyembunyikan aset dan pendapatan yang ada di luar negeri, di luar jangkauan hukum. Dikutip dalam *The State of Tax Justice 2020 : Tax Justice in the time of Covid-19*, penyalahgunaan pajak perusahaan mengakibatkan negara-negara berpenghasilan rendah kehilangan 5,5% dari pendapatan pajak yang dikumpulkan dan negara-negara berpenghasilan tinggi kehilangan 1,3%. Sebagai gambaran, Kementerian Keuangan (Kemenkeu) menetapkan target penerimaan perpajakan di tahun 2020 sebesar Rp 1.198,82 triliun. Artinya, estimasi penghindaran pajak itu setara dengan 5,7% dari target akhir 2020. Yang mana

nilai itu juga setara 5,16% dibandingkan realisasi penerimaan pajak 2019 yang senilai Rp 1.332 triliun. Tax Justice Network memaparkan bahwa dalam situasi pandemi, jumlah agresivitas pajak setara dengan 1,09 juta gaji tenaga medis. Jika merujuk pada stimulus kesehatan dan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) 2020, Rp 68,7 triliun kerugian dari agresivitas pajak yang terjadi bisa menutupi 70,5% dari total pagu kesehatan yang senilai Rp 97,26 triliun. (www.money.kompas.com).

Dalam sektor perusahaan manufaktur khususnya sektor industri barang konsumsi, kasus agresivitas pajak juga sempat beberapa kali terjadi. Salah satunya adalah yang dilakukan PT. Coca Cola Indonesia (CCI) yang termasuk dalam Coca Cola Company. Menurut perwakilan Direktorat Jendral Pajak yakni Edward Sianipar (2014), menyatakan bahwa pada periode 2014 PT. Coca Cola Indonesia terindikasi melakukan penghindaran pajak dengan nominal sebesar Rp 49,24 Milyar. Kasus ini terjadi pada tahun pajak 2002, 2003, 2004 dan 2006, hasil penelusuran Direktorat Jendral Pajak dan Kementerian Keuangan menemukan adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun-tahun tersebut. Antara lain adalah beban biaya untuk iklan produk Coca Cola dalam kurun waktu 2002-2006. Dampaknya terjadi pada penurunan laba kena pajak PT. Coca Cola Indonesia sebesar Rp 49,24 Milyar yang terdeteksi karena adanya selisih perhitungan laba kena pajak yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak dengan PT Coca Cola Indonesia. Kasus ini menunjukkan bahwa tindakan agresivitas pajak masih terjadi di kalangan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia.

Tindakan agresivitas pajak tentunya dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab pada sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan atau dikenal juga dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*-nya dan pajak adalah salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap salah satu *stakeholder*-nya yaitu pemerintah. Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial (Lanis dan Richardson, 2012 dalam Wijaya dan Saebani, 2019). Laguire *et al.* (2015) dalam Madarina dan Ardiyanto (2019) menyatakan bahwasannya CSR adalah faktor kunci yang mempengaruhi kinerja perusahaan dan juga cenderung berpengaruh

terhadap agresivitas pajak. Hal itu dikarenakan adanya aktivitas operasi perusahaan yang memiliki dampak pada kesehatan, budaya, ekonomi dan kehidupan sosial. Sehingga, terjadi respon serius dari masyarakat, khususnya dari agen yang berkepentingan, investor publik dan kelompok permintaan konsumen, terutama perusahaan multinasional (MNCs) untuk ambil kendali dan mencegah terjadinya dampak negatif dari aktivitas mereka pada lingkungan (Setyoningrum dan Zulaikha, 2019). Perusahaan yang melakukan CSR tentunya akan mengeluarkan biaya. Anggaplah, sebuah perusahaan melakukan rangkaian kegiatan sosial sebagai salah satu bentuk CSR-nya, rangkaian kegiatan tersebut tentunya mengharuskan perusahaan untuk mengeluarkan biaya. Dengan kelaurnya biaya maka akan mengurangi pendapatn perusahaan, ada kemungkinan perusahaan melakukan agresivitas pajak guna menambal biaya CSR yang telah dikeluarkannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk mampu memenuhi tanggung jawab sosialnya. Penerapan CSR perlahan-lahan tidak lagi dianggap sebagai *cost* melainkan sebagai investasi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Zoebar dan Miftah (2020) serta Tahar dan Rachmawati (2019) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak. Namun, pada penelitian lain yang dilakukan oleh Maulidah dan Prastiwi (2019) ditemukan bahwa tidak ada pengaruh dari CSR terhadap agresivitas pajak. Sementara itu, pada penlitian Setyoningrum dan Zulaikha (2019) didapatkan hasil yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh pada garesivitas pajak namun pengaruhnya tidak signifikan.

Johnson dan Greenin (1999) dalam Madarina dan Ardiyanto (2019) berpendapat bahwa pengukuran undimensional akan mengacaukan pengaruh masing-masing dimensi CSR, yang tidak sama penting atau relevannya. Meskipun semakin banyak penelitian terkait CSR terhadap agresivitas pajak yang dilakukan secara dimensional, beberapa diantaranya masih menunjukkan hasil yang bertentangan, seperti pada penelitian Lanis dan Richardson (2015 dan Landry *et al* (2013).

Aspek lain yang berhubungan dengan tindakan agresvitas pajak adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah tanda pengenal perusahaan

berdasarkan skala yang mana besar kecilnya suatu perusahaan dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, misal dengan melihat log total aktiva perusahaan, penjualan perusahaan, kapitalisasi pasar perusahaan dan lainnya (Leksono *et al*, 2019). Ukuran perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam tindakan pengembalian dan keputusan-keputusan terkait perpajakannya. Ukuran perusahaan mampu menunjukkan tingkat kestabilan dan kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas ekonominya (Maulana, 2020). Jika ukuran suatu perusahaan adalah besar maka perusahaan itu mampu menarik perhatian pemerintah, sehingga nantinya akan menentukan bagaimana jajaran manajer bersikap antara mereka akan patuh atau justru agresif dalam menentukan kebijakan perpajakan perusahaan. Perusahaan yang berskala besar atau *large firm* tentunya memiliki lebih banyak aktivitas dan saham yang beredar, sehingga keuntungan yang dihasilkan cenderung lebih besar. Dengan adanya keuntungan yang besar maka akan muncul beban pajak yang tinggi, oleh karena itu terdapat kemungkinan adanya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Leksono *et al* (2019) serta Ramadhani dan Hartiyah (2020) yang menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, dalam penelitian Tabrani *et al*. (2020) hasil yang ditemukan adalah tidak ada pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

Dengan adanya inkonsistensi tersebut, penelitian ini mencoba untuk meneliti kembali pengaruh dimensi CSR pada agresivitas pajak seperti yang dahulu telah dilakukan di penelitian Madarina dan Ardiyanto (2019). Dalam penelitian ini akan diteliti 3 dimensi CSR yang kemungkinan memiliki pengaruh pada agresivitas pajak. Dimensi-dimensi tersebut sesuai dengan yang ada dalam *Global Reporting Initiatives* (GRI) yakni dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021, serta penambahan variabel bebas berupa Ukuran Perusahaan yang mana sebelumnya hanya sebagai variabel kontrol.

Diharapkan penelitian ini mampu memperoleh bukti empiris terkait pengaruh CSR secara dimensional dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)”**

1.2. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang yang terurai di atas, maka inti rumusan masalah peneliti diungkapkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah CSR Dimensi Ekonomi berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
2. Apakah CSR Dimensi Sosial berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
3. Apakah CSR Dimensi Lingkungan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas :

1. Untuk menganalisis pengaruh CSR Dimensi Ekonomi terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tahun 2019-2021
2. Untuk menganalisis pengaruh CSR Dimensi Sosial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2019-2021
3. Untuk menganalisis pengaruh CSR Dimensi Lingkungan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2019-2021

4. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2019-2021

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sebagai wajib pajak

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai tambahan informasi guna merapkan kebijakan agresivitas pajak pada perusahaan dengan tujuan meminimalisir beban pajak perusahaan dengan tetap mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku

2. Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan juga pengertian tentang seberapa berpengaruhnya *corporate social responsibility* dimensi ekonomi, dimensi sosial, serta dimensi lingkungan dan ukuran perusahaan pada sebuah perusahaan yang kelak menjadi tempat berinvestasi

3. Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mengenai penilaian pengaruh *corporate social responsibility* dimensi ekonomi, dimensi sosial, serta dimensi lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

4. Penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi informasi yang berguna bagi pihak yang ingin memahami tentang agresivitas pajak dan juga sebagai bahan penelitian lain dalam mengembangkan masalah yang serupa.

5. Teoritis

Guna pengembangan ilmu akuntansi, hingga nantinya mampu memberikan bukti empiris baru yang valid untuk mendukung teori agresivitas pajak