

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Agresivitas pajak adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau pihak manajemen untuk meminimalisir dan menekan beban pajak yang dibayarkan kepada pemerintah (Aryudanto, 2016). Sedangkan (Yoehana, 2013) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak melalui aktivitas *tax planning* dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Demikian juga dengan Timothy (2010) berpendapat bahwa agresivitas pajak dapat dinilai dari dua cara, yaitu yang dilakukan dengan cara yang legal yang sesuai dengan hukum yang berlaku atau disebut dengan *tax avoidance* atau dilakukan dengan cara yang ilegal yang tidak sesuai dengan ketentuan atau disebut dengan *tax sheltering*. Sehingga agresivitas pajak merupakan usaha perusahaan untuk meminimalkan biaya pajak melalui perencanaan pajak dengan tujuan meminimalkan laba perusahaan, dan aktifitas perencanaan pajak tersebut dapat dilakukan dengan cara yang legal, ilegal, maupun keduanya.

Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak yang besarnya dihitung dari laba bersih yang diperolehnya. Pajak merupakan beban bagi perusahaan yang dapat mengurangi laba bersih suatu perusahaan, hampir sebagian besar perusahaan tidak ada yang sukarela bahkan senang hati untuk membayar pajak. Perusahaan tersebut membayar pajak karena sifatnya memaksa, apabila tidak membayar akan terkena sanksi yang dapat merugikan perusahaan (Ardyansyah, 2015). Di lihat dari permasalahan diatas semakin besar pajak yang dibayarkan perusahaan, maka pendapatan negara semakin banyak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya

sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya (Yoehana, 2013).

Laba bersih sebelum pajak menjadi faktor utama bagi perusahaan dalam menentukan berapa besar kecilnya pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Dan hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan sebagai wajib pajak badan karena laba fiskal perusahaan dapat berkurang akibat pengeluaran pembayaran pajak. Mangoting (1999) dalam Yoehana (2013) menyatakan bahwa bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai biaya, sehingga Slemrod (2004) dalam Yoehana (2013) mengemukakan salah satu tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba, jumlah biaya pajak yang dibebankan dapat mengurangi laba perusahaan, hal tersebut tentunya akan bertentangan dengan tujuan perusahaan sehingga perusahaan membuat strategi untuk meminimalkan biaya pajak yang akan dibebankan. Dengan cara mengagresifkan atau merencanakan beban pajak yang harus dibayarkan (agresivitas pajak).

Fenomena terkait agresivitas pajak salah satunya seperti PT. Coca-Cola Indonesia. PT CCI diduga mengakali pajak di tahun 2002-2006, hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak menemukan ada pembengkakan biaya yang besar pada tahun tersebut. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002, 2003, 2004, dan 2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Itu digunakan untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pembayaran pajak kepada pemerintah senilai Rp 49,24 miliar. (www.nasional.kontan.co.id)

Fenomena lainnya terjadi pada perusahaan IKEA. Komisi Eropa pada Sabtu (12/02/2016) berjanji untuk mempelajari laporan penghindaran pajak oleh perusahaan furniture raksasa asal Swedia, IKEA. IKEA dituduh telah melakukan penghindaran pajak dengan nilai mencapai 1 miliar euro atau setara dengan 1,1 miliar dolar AS. Hal tersebut dilakukan IKEA pada kurun waktu 2009-2014. IKEA dituduh memindahkan dana dari gerainya di seluruh Eropa ke anak perusahaannya di Belanda. Dengan demikian, mereka akan terbebas dari pajak di Linhtenstein atau Luxembourg. Estimasi pajak yang dihindari IKEA menyebabkan hilangnya pemasukan pajak di Jerman senilai 35 juta euro atau 39 juta dollar AS, 24 juta euro atau 26 juta dollar AS di Perancis dan 11,6 miliar euro atau 13 juta dollar AS di Inggris. Sedangkan sejumlah negara seperti Swedia, Spanyol dan Belgia diprediksi kehilangan pemasukan pajak dengan kisaran 7,5 juta euro hingga 10 juta euro (8,5 juta dollar AS hingga 11,2 juta dollar AS). Uni Eropa berusaha untuk melacak upaya penghindaran pajak semacam ini. Tujuannya untuk menambal lubang yang memungkinkan perusahaan untuk membayar pajak dengan biaya yang minim. (www.kompas.com)

Upaya pemerintah untuk meminimalisir kegiatan penghindaran pajak ini bukan tanpa kendala. Pembayaran pajak yang sesuai dengan ketentuan akan bertentangan dengan tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan atau laba, sehingga perusahaan akan berusaha untuk meminimalkan biaya pajak yang ditanggungnya. perlu dilakukan usaha-usaha atau strategi-strategi tertentu untuk menguranginya. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menyiapkan strategi-strategi untuk mengamankan target penerimaan pajak. Salah satunya dengan melakukan pengawasan secara lebih intensif pada sektor usaha yang memberikan kontribusi signifikan terhadap penerimaan pajak.

Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan keuntungan semata, tetapi juga melihat lingkungan tempat berjalannya usaha. Hubungan antara organisasi dan komunitas bukanlah sekedar soal bertetangga, hubungan ini lebih tepat dipandang sebagai wujud tanggungjawab sosial organisasi atau perusahaan atau dalam istilah

populernya saat ini disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Anita, 2015). Menurut Lanis dan Richardson (2012) dalam Nugraha (2015) agresivitas pajak dapat dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Seharusnya perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas seluruh aktivitasnya terhadap para *stakeholder*. Menurut Watson (2011) dalam Nugraha (2015), perusahaan yang memiliki peringkat rendah dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR maka indikasi perusahaan tersebut untuk melakukan agresivitas pajak semakin rendah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat pada umumnya (Holme dan Watts, 2006 dalam Pradipta 2014).

Lanis dan Richardson (2012) dalam Oktavia (2015) berpendapat pertanggung jawaban sosial merupakan faktor utama dalam kelangsungan hidup suatu entitas. Berdasarkan pemaparan tersebut maka perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang baik dan laporan informasi yang luas dalam hal ini tercermin dalam laporan *Corporate Social Responsibility* tentang perusahaan, dengan demikian *stakeholder* dan *shareholder* akan tumbuh kepercayaan kepada perusahaan. Semakin rendah pengungkapan CSR maka semakin besar peluang untuk melakukan agresivitas pajak dan sebaliknya jika perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang lebih besar maka semakin kecil peluang dalam melakukan agresivitas pajak. Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan CSR dalam operasinya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin perusahaan peduli terhadap pentingnya CSR, maka perusahaan tersebut semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya.

Selain CSR, praktik penghindaran pajak juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal lainnya, seperti karakteristik keuangan dan tata kelola perusahaan. Karakteristik

keuangan dapat dilihat melalui profitabilitas dan leverage perusahaan. Menurut Rodriguez dan Arias (2012) dalam Gemilang (2015) profitabilitas merupakan faktor penentu beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang lebih besar akan membayar pajak dengan yang jumlah lebih besar pula. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat laba yang rendah maka akan membayar pajak dengan jumlah yang rendah atau bahkan tidak membayar pajak jika mengalami kerugian. Dengan sistem kompensasi pajak, kerugian dapat mengurangi besarnya pajak yang harus ditanggung pada tahun berikutnya.

Profitabilitas perusahaan yang ditunjukkan melalui Return on Asset (ROA) yang mencerminkan kinerja perusahaan, semakin tinggi nilai ROA maka semakin bagus kinerja perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013). Melalui ROA dapat dilihat kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya secara efisien dalam menghasilkan laba perusahaan. Laba perusahaan merupakan dasar dalam pengenaan pajak perusahaan. Darmadi (2013) menyatakan bahwa besarnya profitabilitas dapat mengurangi beban pajak perusahaan, karena semakin efisien perusahaan maka dengan pendapatan yang tinggi perusahaan berhasil memanfaatkan keuntungan dari adanya insentif pajak dan pengurangan pajak lainnya yang menyebabkan tarif efektif pajak perusahaan menjadi lebih rendah.

Karakteristik keuangan lainnya selain profitabilitas adalah tingkat leverage perusahaan. *Leverage* merupakan rasio yang menandakan besarnya modal eksternal yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasinya. Hasil perhitungan rasio *leverage* menandakan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan berasal dari modal pinjaman perusahaan tersebut. Apabila perusahaan memiliki sumber dana pinjaman tinggi maka memiliki beban bunga akan mengurangi laba, sehingga dengan berkurangnya laba maka mengurangi beban pajak dalam satu periode berjalan. Penambahan sejumlah utang suatu perusahaan akan menimbulkan beban bunga yang menjadi pengurang beban pajak perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013). Perusahaan dapat menggunakan tingkat *leverage*

untuk mengurangi laba sehingga beban pajak berkurang (Brigham dan Houston, 2010 dalam Gemilang, 2015)

Penelitian yang menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak telah banyak dilakukan diantaranya Yoehana (2013), Nugraha (2015) dan Kuriyah (2016). Penelitian terdahulu mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak salah satunya yaitu Yoehana (2013). Penelitian tersebut menemukan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Penelitian Nugraha (2014) menemukan bahwa CSR dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian Kuriyah (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. *Capital intensity* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan CSR berpengaruh signifikan dan negatif terhadap agresivitas pajak. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya terdapat hasil yang tidak konsisten antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lainnya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, terdapat perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Sebelumnya penelitian ini telah dilakukan oleh Yoehana (2013). Fokus dari penelitian ini akan dikembangkan oleh peneliti dengan memodifikasi penelitian sebelumnya, dengan menambahkan dua variabel independen yaitu profitabilitas dan *leverage*. Dengan objek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Dipilihnya perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan manufaktur cukup mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI, dan untuk mendapatkan hasil yang tidak bias dan akurat, karena setiap jenis bidang memiliki peraturan dan kebijakan yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013-2015)**”.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini akan difokuskan pada hal yang berkaitan dengan Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 dengan analisis regresi berganda

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Socia Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap literatur penelitian terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap CSR akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja, tetapi juga sikapnya terhadap pajak.
3. Bagi investor, bermanfaat sebagai pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang secara umum, ruang lingkup/batasan penelitian yang membatasi permasalahan, tujuan dan manfaat dan sistematika penulisan yang merupakan gambaran dari keseluruhan bab.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis/ peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika yang digunakan dan hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang demonstrasi pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikir dalam menganalisis persoalan yang dibahas dengan berprdoman dengan teori-teori yang dikemukakan pada BAB II.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dan saran dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN