

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang besar dan memiliki jumlah penduduk yang cukup besar pula. Indonesia juga memiliki kekayaan alam yang berlimpah dan terletak pada kondisi geografis yang cukup strategis dimana daerah Indonesia menjadi kawasan lalu lintas perdagangan dunia. Keadaan seperti ini sangat menarik bagi berbagai perusahaan untuk mendirikan usahanya di Indonesia, baik perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Keberadaan perusahaan perusahaan tersebut tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi Indonesia karena dapat meningkatkan pendapatan negara terutama dari sektor pajak.

Dengan meningkatnya kegiatan perusahaan, pajak semakin berperan dalam peningkatan penerimaan kas negara, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya APBN, yang selanjutnya dikelola untuk pembiayaan dalam pembangunan maupun untuk pembiayaan rutin yang dikeluarkan oleh Negara Pajak yang diperoleh dari wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan digunakan pemerintah sebagai pengumpul pajak untuk melaksanakan tanggung jawab negara di berbagai sektor kehidupan untuk mencapai kesejahteraan rakyat dan bangsa Indonesia. Wajib pajak yang taat dalam membayar pajak telah turut serta membantu pemerintah dan negara dalam usaha peningkatan kesejahteraan rakyat dan bangsa Indonesia, serta turut dalam usaha pembangunan negara Indonesia secara umum.

Adapun usaha yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pajak adalah memberikan insentif penurunan tarif pajak badan melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 17 ayat (2b) dan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang penyederhanaan perhitungan pajak. Namun dalam kenyataannya, program dan regulasi yang diciptakan oleh pemerintah ini banyak disalahgunakan. Hal ini mendorong perusahaan melakukan tindakan untuk meminimalisir beban pajaknya legal maupun ilegal dengan cara melakukan agresivitas pajak. Semakin bertambah banyaknya jumlah perusahaan yang ada di Indonesia memberikan keuntungan tersendiri bagi negara dalam hal peningkatan pendapatan terutama dari sektor perpajakan.

Bagi pemerintah, tindakan agresivitas pajak perusahaan ini akan mengurangi pendapatan Negara dalam sektor pajak. Usaha untuk meminimalkan beban pajak yang tidak sesuai dengan ketentuan undangundang perpajakan dilakukan oleh beberapa perusahaan yang bergerak dalam sektor pertambangan di Indonesia. Perusahaan yang agresif terhadap pajak dipandang memiliki manfaat bagi perusahaan. (Ariyani et al., 2019) Salah satunya dapat menghemat pembayaran terhadap pajak yang akan membuat laba semakin besar untuk mendanai investasi perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Namun, terdapat pula kerugian jika perusahaan tersebut agresif terhadap pajak yaitu, kemungkinan perusahaan mendapat sanksi dari kantor pajak berupa denda, serta turunnya harga saham perusahaan akibat pemegang saham lainnya mengetahui tindakan agresivitas pajak perusahaan. Bagi pemerintah, tindakan agresivitas pajak perusahaan ini akan mengurangi

pendapatan Negara dalam sektor pajak. Usaha untuk meminimalkan beban pajak yang tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan dilakukan oleh beberapa perusahaan yang bergerak dalam sektor pertambangan di Indonesia (Ariyani et al., 2019).

Karakteristik dari pajak yaitu memaksa sehingga banyak dari perusahaan berusaha melakukan perlawanan pajak. Perlawanan ini dapat berupa perlawanan pajak aktif dan perlawanan pajak pasif. Namun perusahaan banyak menggunakan perlawanan pajak aktif diakrenakan untuk menghindari pajak yang diimplementasikan dalam agresivitas pajak. Agresivitas pajak juga menjadi salah satu indikator yang digunakan dalam melihat bagaimana terjadinya penghindaran pajak oleh wajib pajak. Agresivitas pajak dapat dilakukan melalui 2 cara yaitu dengan *tax evasion* atau *tax avoidance* (Maulana, 2020).

Pada Penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2020) mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, *Inventory Intensity*, *capital intensity* dan *leverage* pada agresivitas pajak menemukan *profitabilitas* dan *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility*, *Inventory Intensity* dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Penelitian lainnya oleh menemukan hasil yang berbeda yaitu nilai tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian yang berjudul Pengaruh Kepemilikan Terkonsentrasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Capital intensity* Dan *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak Di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian tersebut diperoleh

hasil, Ukuran Perusahaan dan *Inventory Intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Kepemilikan Terkonsentrasi, *Leverage*, dan *Capital intensity* tidak berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Maulana, 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan teori serta pengetahuan dalam bidang akuntansi, khususnya dalam perpajakan yang berkaitan dengan agresivitas pajak dan bagi investor dapat menjadi pertimbangan saat menanamkan modalnya agar terhindar dari perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para stakeholders dengan memperhatikan aspek sosial dan aspek lingkungan yang ada disekitar perusahaan (Nanda & Rismayani, 2019). Agresivitas Pajak perusahaan yaitu keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar dengan cara yang legal, illegal, maupun kedua-duanya. Agresivitas pajak perusahaan juga dinilai dari seberapa besar perusahaan tersebut mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan. Perusahaan yang melakukan *Leverage* atau solvabilitas merupakan suatu ukuran seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh utang. *Leverage* menunjukkan penggunaan utang untuk membiayai investasi (Junensie et al., 2020).

Corporate social responsibility (CSR) adalah 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 ekonomi, sosial dan lingkungan. Pendapat lainnya mengungkapkan *Corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan 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 (Junensie et al., 2020).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat agresivitas pajak diantaranya yaitu *capital intensity* yaitu aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan investasi dalam bentuk aset tetap. Aset tetap perusahaan akan menyebabkan timbulnya beban penyusutan yang nantinya secara otomatis akan mengurangi laba perusahaan karena adanya beban penyusutan yang akan mengurangi beban pajak perusahaan. Begitupun sebaliknya perusahaan yang memiliki jumlah aset tetap yang kecil akan mempunyai beban pajak yang besar. Banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak dengan hasil yang berbeda. (A. T. Hidayat & Fitria, 2018) menyatakan : “Bahwa dalam penelitiannya mengenai pengaruh *corporate social responsibility, Inventory Intensity, capital intensity, dan leverage* terhadap agresivitas pajak perusahaan memperoleh hasil bahwa *capital intensity* memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak”.

Corporate social responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela untuk-meningkatkan perhatiannya terhadap masalah lingkungan dan sosial dalam kegiatan bisnisnya dan sebagai bentuk interaksi perusahaan dengan para stakeholdernya. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja bersama para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya maka nilai perusahaan akan meningkat.

Corporate social responsibility (CSR) Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat (*social*) diluar tanggungjawab ekonomis. Jadi kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Secara umum, CSR mencakup berbagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat di tempat perusahaan itu beroperasi. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan

semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor (Panggabean, 2018).

Corporate social responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (profit) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Hal ini akan secara signifikan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Disamping pentingnya *Corporate social responsibility* ini, manajemen perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola dana investor sehingga memberikan manfaat bagi mereka dan mencari sumber dana dari investor lain untuk mengembangkan bisnis. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan ditahun itu kepada investor. Laporan tahunan juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor supaya menanamkan modalnya pada perusahaan (Agra et al., 2020).

Salah satu trend yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan penting untuk diterapkan dan diungkapkan perusahaan adalah aktivitas *corporate social responsibility* (CSR). Aktivitas CSR telah mendapat perhatian yang baik dari

pemerintah dengan adanya UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas BAB IV Pasal 66 ayat 2b dan BAB V Pasal 74, yang menjadikan CSR sebagai salah satu aktivitas wajib untuk dilaksanakan oleh perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sedangkan perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan utang yang relatif kecil karena tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar pendanaan internal. Dengan kata lain, perusahaan dengan laba ditahan yang besar, akan menggunakan laba ditahan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan utang (W. W. Hidayat, 2018).

Pentingnya nilai perusahaan tersebut telah membuat para peneliti untuk melakukan penelitian mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa penelitian terkait dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun diluar negeri. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas. Profitabilitas diduga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas akan menunjukkan perimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi, sehingga rasio ini akan mencerminkan efektifitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan. Jika perusahaan tidak mampu menghasilkan profitabilitas yang cukup, maka perusahaan tersebut tidak akan

mampu untuk menjaga kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber dana yang berasal dari luar perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya (Sutama & Lisa, 2018).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Manajemen yang baik akan tercermin dengan tingkat laba yang tinggi, laba tersebut digunakan manajemen untuk berbagai kepentingan, alokasi laba untuk laba ditahan atau dibagikan sebagai dividen adalah aspek utama dalam kebijakan dividen perusahaan. Dengan anggapan jika perusahaan mengalami tingkat laba yang besar dalam kegiatan usaha selama beberapa periode maka hal tersebut menandakan perusahaan dalam kondisi yang sehat, dan mampu memberikan keuntungan untuk pemiliknya. Maka dengan hal tersebut manajemen akan memutuskan besaran laba dalam kebijakan dividen yang diberikan sesuai profit yang dialami perusahaan, untuk memberikan persepsi positif pemegang saham kepada manajemen (Krisardiyansah & Amanah, 2020).

Leverage yaitu rasio yang dipergunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan menggunakan utang. Perusahaan dengan *leverage* tinggi maka tingkat agresivitas perusahaan akan tinggi. Berbagai penelitian mengenai pengaruh *leverage* pada agresivitas pajak telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan hasil yang berbeda. Gemilang, Desi Nawang 2018 (*Leverage*

& Pajak, n.d.) melakukan penelitian mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak perusahaan yang memperoleh hasil bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh pada agresivitas pajak. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (A. T. Hidayat & Fitria, 2018) Purwanto, Agus 2018 mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, manajemen laba dan kompensasi rugi fiskal terhadap agresivitas pajak yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif pada agresivitas pajak (Fitria, 2018).

Pertumbuhan penjualan (Sales Growth) yang semakin tinggi menyebabkan semakin besar juga pajak yang wajib dibayar oleh perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan perusahaan melakukan manajemen pajak. Sales growth berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, sedangkan sales growth tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (Nasution & Mulyani, 2020).

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat yang diharapkan dari industri dimana perusahaan itu beroperasi. Perusahaan dapat mencapai tingkat pertumbuhan diatas rata-rata dengan jalan meningkatkan mangsa pasar dari permintaan industri keseluruhan. Dalam Penelitian ini pertumbuhan penjualan dihitung dengan alat ukur sales growth (Zuhair & Nurdiniah, 2018).

Tingkat pertumbuhan merupakan perubahan total aset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu

periode (satu tahun). Pada umumnya ketika sebuah perusahaan mengalami pertumbuhan maka harapan pendapatan di masa depan dan harga saham juga akan meningkat. Tingkat pertumbuhan dapat dihitung dengan menggunakan persentase kenaikan total aset perusahaan dan pertumbuhan penjualan.

Hal ini dikarenakan investor tersebut yakini dengan pertumbuhan perusahaan yang terus meningkat diikuti dengan peningkatan profitabilitas. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Kenaikan pertumbuhan penjualan yang terus menerus, menjadi daya tarik bagi para investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini akan meningkatkan harga saham perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan (Apriliyanti et al., 2019).

Karena adanya perbedaan-perbedaan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dilakukanlah penelitian ini dengan judul **“Agresivitas Pajak Melalui Pertumbuhan Penjualan Sebagai Variabel Moderasi: Pengungkapan *Corporate social responsibility*, Profitabilitas, Leverage (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi masalah yang ada terhadap Agresivitas Pajak,yaitu :

1. Praktik agresivitas pajak yang dapat menimbulkan upaya penghindaran pajak.

2. Ketidapatuhan wajib pajak dapat mengurangi penerimaan negara dari sector pajak.
3. Agresivitas pajak dapat dipicu karena masih kurang ketatnya regulasi di sektor perpajakan.
4. Masih adanya perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak.
5. Masih banyaknya perusahaan yang memanfaatkan celah-celah untuk melakukan agresivitas pajak.
6. Tujuan utama perusahaan memperoleh laba, sehingga terkadang perusahaan mengecilkan atau memanipulasi laba terlihat kecil untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan.
7. Masih kurangnya kesadaran wajib pajak akan pentingnya membayar pajak.
8. Masih banyak perusahaan yang ukurannya terbilang besar namun masih melakukan penghindaran pajak.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu variabel bebas *Corporate social responsibility* (X1), Profitabilitas(X2) ,*Leverage* (X3). Variabel terikat adalah Agresivitas Pajak (Y), dan Variabel Moderating Pertumbuhan Penjualan (Z).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Agresifitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?
2. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?
3. Bagaimana Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?
4. Bagaimana Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak dengan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?
5. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak dengan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?
6. Bagaimana Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas pajak dengan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak.
2. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak.

3. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresifitas Pajak.
4. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Agresifitas Pajak.
5. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak.
6. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Memberikan masukan berupa saran dan informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang *Corporate social responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan dampak yang ditimbulkan, sehingga untuk kedepannya perusahaan berfikir ulang dalam melakukan pengelolaan perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang *Corporate social responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*.

- 3 . Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas Putra Indonesia “ YPTK” serta dapat menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa Akuntansi yang meneliti masalah yang sama