

BAB 1

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan pertumbuhan ekonomi di setiap tahunnya yang masih fluktuatif. Perekonomian Indonesia tahun 2019 tumbuh 5,02 persen, lebih rendah dibanding capaian tahun 2018 sebesar 5,17 persen. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2019 tercatat melambat. Pada periode ini, ekonomi Indonesia tumbuh 5,05 persen, turun dibanding periode yang sama pada tahun sebelumnya yang sebesar 5,27 persen. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya kinerja ekspor dan impor yang tumbuh negatif dan investasi yang melambat tetapi konsumsi rumah tangga masih tinggi.



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Gambar 1.1

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2011 - 2019

Konsumsi rumah tangga yang masih tinggi menandakan bahwa kebutuhan yang diperlukan masyarakat terpenuhi dan masih tersedia. Salah satu sumber terpenuhinya kebutuhan masyarakat adalah adanya berbagai produk yang dihasilkan dari perusahaan industri manufaktur.

Persaingan antar perusahaan semakin ketat mengingat semakin banyaknya perusahaan terutama perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur, maka perusahaan antar industri manufaktur harus memiliki strategi bersaing yang kompetitif dan memiliki ciri khas tersendiri agar membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan - perusahaan yang lain. Strategi kompetitif yang dilakukan perusahaan bertujuan agar mendapatkan posisi yang kuat sehingga mampu bertahan dan menunjukkan keunggulannya (Porter, 1980).

Strategi merupakan sarana yang dimaksudkan untuk tujuan jangka panjang yang ingin dicapai perusahaan. Pemilihan strategi yang diputuskan oleh manajemen (*agent*) dapat menimbulkan konflik atau perbedaan tujuan dengan pemilik (*principal*). Agen mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan operasional perusahaan sehari – hari, termasuk pada pengambilan keputusan yaitu pemilihan strategi yang akan diterapkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Terdapat beberapa jenis strategi yang digunakan perusahaan untuk menambahkan keunggulannya, diantaranya strategi integrasi *vertical*, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi bertahan.

Strategi diversifikasi dikembangkan oleh perusahaan tentunya setelah melalui berbagai pertimbangan dari manajer perusahaan mengenai apakah yang menjadi tujuan perusahaan, bagaimana bisnis yang akan dikembangkan oleh perusahaan dan cara untuk mengembangkan bisnis perusahaan agar memiliki daya saing yang tinggi.

Strategi diversifikasi secara umum merupakan kegiatan atau tindakan untuk membuat sesuatu menjadi lebih beragam atau tidak terpaku hanya pada satu jenis saja sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Menurut Tjiptono (1997) strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, ataupun keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, fleksibilitas, dan profitabilitas.

Wentland (2015) menyatakan adanya hubungan strategi diversifikasi dengan beban pajak. Strategi diversifikasi akan menyebabkan perusahaan menjadi berkembang dan lebih kompleks sehingga menimbulkan tambahan biaya operasional menjadi besar. Semakin besar biaya, maka laba perusahaan semakin

berkurang dan berdampak pada beban pajak yang semakin kecil yang mengindikasikan bahwa ketika perusahaan melakukan strategi diversifikasi produk maka praktik penghindaran pajak semakin tinggi. Berbeda dengan penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Zheng (2017) yang membahas tentang diversifikasi dan pengaruhnya terhadap penghindaran pajak. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan diversifikasi cenderung terlibat dalam tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah. Berangkat dari perbedaan pendapat oleh beberapa peneliti, maka dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian yang membahas tentang strategi diversifikasi produk dengan fokus penelitian pada perusahaan manufaktur yang melakukan *related diversification* (strategi diversifikasi konsentris dan strategi diversifikasi horizontal)

Pajak sendiri dalam pelaksanaannya seringkali mengalami beberapa kendala, terlebih sistem perpajakan di Indonesia yang menganut sistem *Self Assessment* dimana Wajib Pajak pribadi atau badan memiliki wewenang dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Resmi, 2017). Selain itu Wajib Pajak pribadi atau badan dan Pemerintah memiliki kepentingan yang berbeda terkait pembayaran pajak. Wajib Pajak pribadi atau badan cenderung mengurangi jumlah pembayaran pajak, sedangkan pemerintah berusaha meningkatkan penerimaan pajak. Hal inilah yang menyebabkan timbulnya praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh Wajib Pajak. Penghindaran pajak (*tax avoidance*) didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan Wajib Pajak untuk mengurangi beban pajaknya secara legal dan tidak melanggar peraturan perpajakan. Meski penghindaran pajak bersifat legal, dari pihak pemerintah tidak menginginkan hal tersebut karena dapat merugikan negara dari sisi penerimaan negara.

Suatu perusahaan harus dapat melakukan perencanaan pajak dengan baik, salah satunya adalah dengan melakukan penghindaran pajak yang dilakukan secara legal (*tax avoidance*). Kinerja perusahaan yang baik tidak akan cukup bila tidak diikuti dengan penyusunan perencanaan pajak dengan baik. Selain itu jenis

usaha dan bentuk badan juga mempengaruhi perusahaan dalam melakukan penyusunan perencanaan pajak.

Hal utama yang akan diteliti lebih lanjut mengenai hubungan antara diversifikasi terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah karena penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Zheng (2017). Penelitian oleh Zheng (2017) juga hanya mengambil sampel berupa perusahaan-perusahaan yang melakukan diversifikasi di Amerika. Selain itu, diversifikasi yang digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian tersebut hanya terbatas pada diversifikasi secara umum yaitu perusahaan yang melaporkan lebih dari satu segmen bisnis dan tidak merinci strategi diversifikasi yang digunakan merupakan strategi diversifikasi geografis atau strategi diversifikasi produk.

Terdapat dua metode untuk mengukur strategi diversifikasi yaitu *Herfindahl Index* dan *Entropy Index*. Pengukuran yang akan digunakan kali ini adalah *Herfindahl Index* seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Vidyanata dkk. (2016) serta Ardianto dan Rachmawati (2018) untuk mengukur tingkat diversifikasi perusahaan. Penelitian ini memilih menggunakan *Herfindahl Index* yang dimana menurut Vidyanata dkk. (2016) diperoleh dengan membagi penjualan segmen pada perusahaan dengan total penjualan pada seluruh segmen yang dimiliki perusahaan.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat penghindaran pajak seperti penelitian yang dilakukan oleh Huang dkk. (2016) yaitu *Effective Tax Rate (ETR)*, *Cash ETR* dan *Book Tax Difference*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Badertscher dkk. (2013) sedikit berbeda dengan menggunakan *Effective Tax Rate* dan GAAP ETR. Peneliti sendiri memilih menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)* yang dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Hanlon dan Heitzman 2010) mengadopsi penelitian Dyreng dkk. (2008). Penggunaan ETR diharapkan mampu memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai beban pajak yang akan berdampak pada laba akuntansi yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan.

Industri manufaktur pada tahun 2019 menghasilkan output sebesar 20,07 persen yang menjadikan industri manufaktur sektor yang memimpin dan memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) (BPS, 2019). Namun, disisi lain dibalik kontribusi perusahaan manufaktur terhadap PDB, menurut Bappenas (2019) target pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami tantangan yang cukup berat karena belum optimalnya pendapatan negara dari pajak. Belum optimalnya pendapatan negara dari pajak ini, salah satunya dapat disebabkan karena penghindaran pajak yang dilakukan oleh Wajib Pajak.

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan secara empiris pengaruh diversifikasi produk terhadap penghindaran pajak. Metode kuantitatif digunakan digunakan dalam studi ini dengan menggunakan sampel yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019, periode ini dipilih karena merupakan periode setelah terjadinya *tax amnesty*, dimana menurut hipotesis hal tersebut akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan untuk membayar atau lebih memilih menghindari pajak. Tahun 2016 saat dilakukannya *tax amnesty*, perusahaan melaporkan pajak yang sesungguhnya kepada kantor pajak, sehingga kantor pajak sudah memiliki rekaman laporan mengenai jumlah pajak yang seharusnya dibayarkan. Apabila di tahun berikutnya perusahaan melaporkan pajak dan mengalami perbedaan yang cukup signifikan maka dapat diteliti lebih lanjut apakah perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak secara legal (*tax avoidance*) atau malah melakukan penggelapan pajak (*tax evasion*).

Sistematika penulisan dilanjutkan dengan tinjauan pustaka yang akan menjelaskan mengenai teori dan konsep – konsep yang sesuai dengan pokok pembahasan penelitian, yaitu strategi diversifikasi, tujuan dan manfaat strategi diversifikasi produk, dan *tax avoidance*.. Bab ini juga menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, perumusan hipotesis serta kerangka konseptual. Lalu dilanjutkan dengan metode penelitian, dan hasil penelitian sehingga dapat dibuat kesimpulan dan saran.