

BAB I

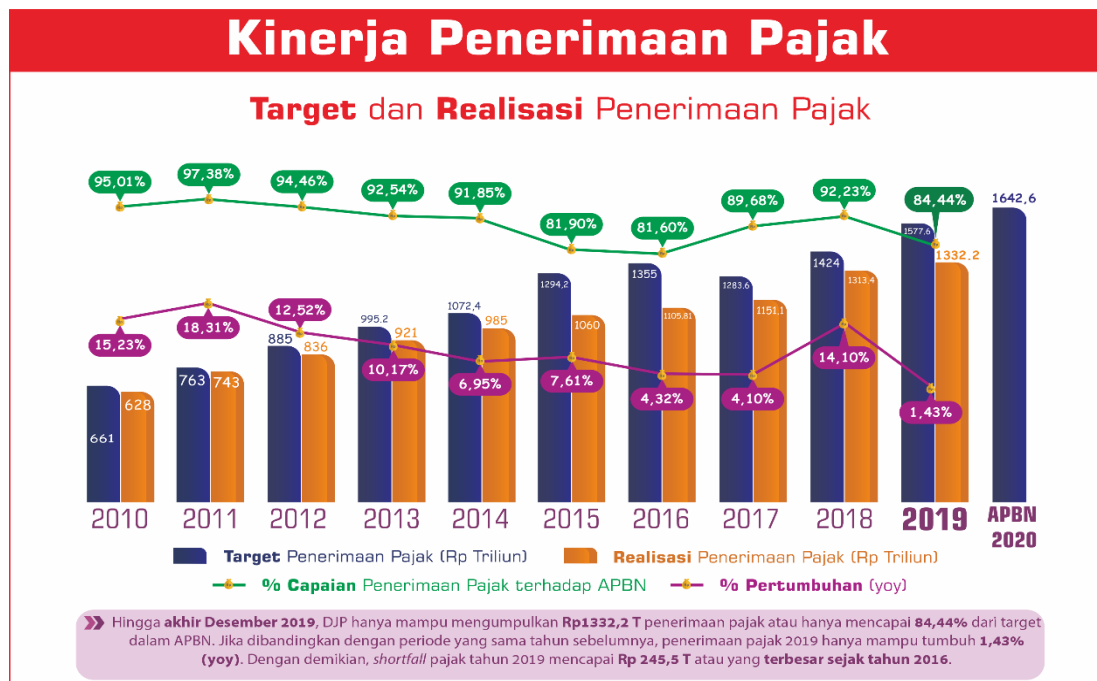
PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber penghasilan terbesar dalam meningkatkan penerimaan suatu negara. Indonesia memiliki jumlah penerimaan yang dihasilkan dari sektor pajak dengan persentase yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan sumber pendapatan lain. Pada tahun 2019 penerimaan perpajakan berkontribusi terhadap penerimaan APBN sebesar 68,06% atau naik 0,47% dari tahun sebelumnya. Dengan demikian sumber pendapatan perpajakan merupakan suatu hal yang sentral terkait keberlangsungan pertumbuhan ekonomi suatu negara (kemenkeu.go.id, 2020).

Wajib pajak (WP) terbagi menjadi dua jenis, yaitu wajib pajak badan dan wajib pajak orang pribadi. Pembayaran yang dilakukan oleh wajib pajak dapat diartikan sebagai bukti nyata atas peran dan pengabdian untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan pembangunan negara (Dewinta & Setiawan, 2016). Kegiatan dalam memungut pajak telah menjadi suatu rangkaian penting yang sudah seharusnya menjadi perhatian pemerintah untuk dapat diatur dengan baik. Namun kegiatan pemungutan pajak yang dilaksanakan oleh pemerintah tidak selamanya mendapatkan dukungan dari wajib pajak. Umumnya wajib pajak (perusahaan) akan berupaya untuk membayarkan pajak-nya serendah mungkin sebab pajak yang dibayarkan nanti akan menurunkan penghasilan atau laba bersih perusahaan. Dilain pihak pemerintah akan lebih menyukai pembayaran pajak setinggi mungkin untuk mendanai penyelenggaraan operasional negara (Pradipta & Supriyadi, 2015).

Dalam memungut pajak, semaksimal mungkin pemerintah (fiskus) wajib memiliki strategi dan landasan hukum yang jelas untuk mendasari kegiatan pemungutan pajak. Namun pada kenyataannya masih ada cara dari WP untuk menekan pengeluaran pajak, salah satu caranya melalui perencanaan pajak. Perencanaan pajak terbagi kedalam dua jenis yaitu perencanaan pajak yang

diperbolehkan / legal (sesuai dengan ketentuan hukum) dan cara yang kedua berupa tindakan yang tidak diperbolehkan / ilegal (tidak sesuai dengan ketentuan hukum). Perencanaan pajak yang dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum dikenal dengan istilah *tax avoidance*. Menurut Lanis & Richardson (2015) penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan strategi perpajakan yang legal dengan memanfaatkan area abu-abu (*loophole* ketentuan perpajakan) dalam suatu negara.



Gambar 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Tahun 2010-2019

Sumber: www.cita.or.id

Berdasarkan Gambar 1.1 penerimaan perpajakan dalam 10 tahun terakhir terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Rata-rata kenaikan penerimaan pajak dapat mencapai 9,47% per-tahun. Meskipun dalam kenyataannya penerimaan tersebut selalu gagal untuk memenuhi harapan yang ingin dicapai. Pemasukan dari sektor perpajakan dapat terhambat salah satunya diakibatkan adanya perbedaan tujuan dari pemerintah yang memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak dan perusahaan yang mempunyai tujuan meminimalkan biaya untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. Tujuan pemerintah dan perusahaan tersebut menimbulkan dilema etika, dimana perusahaan

yang memilih melakukan peningkatan laba dengan cara meminimalkan biaya pajak melalui tindakan seperti *tax avoidance*, dapat berdampak pada penurunan pendapatan negara sehingga pembangunan dan program-program untuk mensejahterakan rakyat kurang dapat dimaksimalkan. Hal tersebut secara tidak langsung membuat perusahaan terlihat tidak menghormati tanggung jawab sosialnya (Lanis & Richardson, 2012).

Kode etik bisnis mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosial. Artinya, menjadi keharusan bagi perusahaan untuk peduli dan memberi bantuan kepada sosialnya. Sejalan dengan pandangan Porter yang menyatakan bahwa “ketergantungan antara masyarakat dan perusahaan mengakibatkan perusahaan dalam mengambil kebijakan atau strategi yang berhubungan dengan lingkungan sosial, berkewajiban untuk menghormati nilai kebersamaan. Maksudnya, kebijakan atau strategi yang diambil harus bermanfaat untuk kedua sisi. Jika perusahaan atau masyarakat membuat kebijakan yang menguntungkan pihaknya saja dan merugikan pihak lain ia akan berada di jalur yang berbahaya.” Keuntungan sementara seseorang akan merusak kemakmuran jangka panjang keduanya (Porter & Kramer, 2017).

Pemerintah Indonesia telah menerapkan peraturan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen untuk menjaga kode etik bisnis. Aturan tersebut tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Di dalam peraturan tersebut pada pasal 74 bagian 1 dijelaskan setiap Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain dalam peraturan perundang-undangan praktik CSR dan pengungkapannya diatur juga dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraph 12 yang menjelaskan bahwa “Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*Value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.” Berdasarkan peraturan dan penjelasan

tersebut, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan pengaruhnya kepada seluruh *stakeholder* dan bukan hanya berfokus pada kepentingan *shareholder* saja.

Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya ukuran perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki sumber daya yang lebih banyak dari perusahaan kecil yang dapat dilihat dari jumlah aktiva, penjualan, skill karyawan, sistem operasi dan informasi yang jauh lebih lengkap, serta struktur kepemilikan yang lebih kompleks, sehingga kemampuan untuk melakukan kegiatan dan pengungkapan CSR dapat lebih baik dibanding perusahaan kecil (Suripto, 1999; Tampubolon & Siregar, 2019). Pernyataan hasil penelitian Reverte (2008) juga mendukung bahwa “*firm size* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat dan kualitas pengungkapan CSR”

Berdasarkan teori agensi, terdapat kecenderungan bahwa biaya keagenan yang berjumlah besar biasanya dimiliki oleh perusahaan – perusahaan besar (Sembiring, 2005). Maka dari itu, perusahaan dapat melakukan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai pengurang biaya keagenan (Sari, 2012). Pengungkapan CSR tersebut dapat bermanfaat untuk menambah kepercayaan pemegang saham terkait aktivitas perusahaan sehingga memberikan hasil berupa kenaikan harga saham perusahaan di pasar modal akibat dari keterbukaan informasi tersebut (Oktavila & Erinos, 2019).

Jika dilihat dari segi ukuran, perusahaan pada umumnya dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar. Besar kecilnya perusahaan biasanya dapat dilihat dari jumlah total aktiva yang dimiliki, apabila jumlah aktiva yang dimiliki semakin besar maka perusahaan memiliki prospek yang lebih baik untuk menjalankan aktivitas perusahaannya dalam rentang waktu yang lama (Sari, 2014). Sehingga hal ini berpengaruh terhadap perusahaan besar yang memilih menekan aktivitas pajak agresifnya karena tingginya pengawasan oleh otoritas publik yang diakibatkan besarnya jumlah asset perusahaan (Tandean, 2016). Selain itu dengan adanya *political visibility* akan membuat perusahaan besar mendapatkan tekanan atau sorotan dari masyarakat luas untuk membuat laporan tanggung jawab

sosialnya berkaitan dengan aktivitas usaha dan kepedulian terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Pengungkapan CSR tersebut akan mengurangi biaya politis yang akan diterima perusahaan dan dalam jangka panjang dapat mengurangi biaya risiko untuk tuntutan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut ukuran perusahaan dapat ditambahkan sebagai variabel moderasi. Penelitian Suryadewi & Rasmini (2018) juga mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi pengungkapan CSR dan aktivitas *Tax avoidance*

Kegiatan pengindaran pajak sampai saat ini masih sering terjadi dan akhirnya menimbulkan banyak penelitian-penelitian untuk mengidentifikasi dan meneliti perlakuan tersebut setiap tahunnya dan terus mengalami perkembangan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain oleh Armstrong et al.(2013) yang menghasilkan kesimpulan bahwa tata kelola perusahaan tidak memiliki hubungan dengan aktivitas *tax avoidance*. Sejalan dengan hasil penelitian Kim & Im (2017) yang menyatakan bahwa keterlibatan pasif dalam mengungkapkan CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap aktivitas *tax avoidance*.

Namun hasil berbeda ditemukan oleh Pratiwi & Siregar (2019), Abdelfattah & Aboud (2020), Gulzar et al.(2018). Penelitian yang mereka lakukan menghasilkan adanya pengaruh positif antara pengungkapan CSR terhadap aktivitas *tax avoidance*. Artinya pengungkapan CSR perusahaan, dilakukan untuk menyembunyikan tindakan penghindaran pajak sehingga pengungkapan CSR yang tinggi belum tentu terbebas dari tindakan-tindakan *tricky* seperti *tax avoidance*. Sedangkan pada penelitian Lanis & Richardson (2015) mendapatkan kesimpulan bahwa semakin lengkap perusahaan dalam mengungkapkan CSR-nya akan berdampak pada menurunnya *aktivitas tax avoidance* perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Pradipta & Supriyadi (2015) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif pengungkapan CSR terhadap aktivitas *tax avoidance*. Adapun Penelitian Tjondro et al. (2016) menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap aktivitas *tax avoidance*. Namun apabila kinerja laba yang tinggi digunakan sebagai moderasi pada pengungkapan CSR terhadap *tax avoidance*, maka

menyebabkan pengaruh CSR terhadap *tax avoidance* berubah menjadi positif, jadi dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengungkapan CSR perusahaan akan mengakibatkan peningkatan *tax avoidance* jika perusahaan tersebut juga memiliki kinerja laba yang tinggi.

Berdasarkan berbagai peristiwa yang telah disebutkan sebelumnya dan masih ditemukan banyaknya perbedaan hasil terkait penelitian terdahulu, maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *tax avoidance* dengan *firm size* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini mengambil Wajib Pajak Badan dengan jenis perusahaan Manufaktur dari tahun 2015-2020. Pengambilan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian didasarkan pada kegiatan usahanya yang lengkap dari pembelian bahan baku produksi, menjadi barang dalam proses, sampai menghasilkan barang jadi, dan mendistribusikannya kepasar, maka dari itu membuat perusahaan manufaktur dalam proses aktivitasnya banyak menyangkut aspek perpajakan (Dewinta & Setiawan, 2016).

Penelitian ini mengambil referensi dan memodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019). Penelitian ini berfokus pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *tax avoidance* dengan *firm size* sebagai variabel moderasi. Adapun hasil modifikasi dari penelitian sebelumnya penulis menambahkan variabel kontrol berupa *leverage* dan ROA serta menggunakan sustainability report sebagai landasan dalam menilai kualitas CSR perusahaan.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap aktivitas *tax avoidance* dan juga untuk menguji apakah *firm size* dapat memperkuat atau memperlemah (memoderasi) pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap aktivitas *tax avoidance*.

Penelitian ini didasarkan pada pendekatan kuantitatif dan sampel penelitian diambil dari perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2015-2020 dengan mengambil data dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Penulis menggunakan metode analisis data berupa uji regresi linear berganda dan *moderated regression analysis* (MRA) yang diolah dengan bantuan IBM SPSS *Statistic* versi 26. Selain itu, penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan variabel yang digunakan dalam penelitian dan menggunakan uji asumsi klasik dengan asumsi normalitas, multikolonieritas, autokorelasi dan heterokedastisitas untuk mendeteksi keakuratan data. Kemudian untuk melihat hubungan dan kekuatan antar variabel dilakukan uji t dan analisis koefisien determinasi (Adjusted R²)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) lebih lengkap dilihat dari laporan keberlanjutannya, akan berpengaruh pada bertambahnya aktivitas *tax avoidance* perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa *firm size* tidak dapat memperkuat atau memperlemah (tidak dapat memoderasi) hubungan antara pengungkapan CSR terhadap *tax avoidance*.

Hasil penelitian ini memiliki kontribusi dalam menjelaskan pengaruh dari pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap *tax avoidance* dengan *firm size* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini juga ikut berkontribusi terhadap perusahaan, investor dan pemerintah untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau kebijakan. Sedangkan untuk peneliti, hasil ini dapat dijadikan bahan referensi untuk menunjang penelitian-penelitian selanjutnya.

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab, yaitu: bab 1 berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang permasalahan dalam penelitian dan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Selanjutnya bab 2 berisi tinjauan pustaka yang menjelaskan mengenai teori-teori yang mendasari penelitian, serta terdapat pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual diakhir bab ini. Berikutnya Bab 3 berisi metode penelitian yang menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, definisi

operasional variabel dan metode pengumpulan data serta metode statistik yang digunakan. Bab 4 berisi pembahasan yang menerangkan hasil dari pengujian data yang dilakukan dengan menggunakan metode statistik sehingga dapat menjelaskan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Bab 5 merupakan pembahasan terakhir dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan, saran dan hambatan penelitian.