

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak adalah kewajiban keuangan dari hasil usaha yang dikenakan oleh negara terhadap wajib pajak sebagai pembiayaan pengeluaran publik. Objek yang dikenakan pajak adalah penghasilan. Penghasilan yaitu seluruh tambahan ekonomis yang didapatkan dari luar maupun dari dalam wilayah Indonesia bertujuan untuk konsumsi maupun penambahan kekayaan. Sumber penerimaan yang berasal dari pajak merupakan penerimaan yang penting dan kemudian akan dimanfaatkan untuk keperluan pengeluaran negara, maka dari itu diharapkan seluruh wajib pajak, baik badan maupun perseorangan dapat memenuhi kewajibannya dengan sukarela dan berdasarkan peraturan yang ada. Penyempurnaan mengenai undang-undang perpajakan agar sesuai dengan kebutuhan wajib pajak merupakan cara yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya untuk menaikkan penerimaan yang bersumber dari pajak. Penyebab keuangan negara terganggu adalah wajib pajak yang tidak patuh (Lestari dan Putri, 2017).

Salah satu wajib pajak adalah perusahaan yang dikenakan aturan membayar pajak kepada pemerintah sebagai kewajiban. Perusahaan memandang pembayaran pajak sebagai perpindahan sumber daya dari sektor bisnis ke sektor publik sehingga daya beli wajib pajak tersebut menjadi berkurang, oleh karena itu wajib pajak badan (perseroan) menganggap bahwa kewajiban pajak mereka merupakan biaya secara keuangan (Santoso dan Ning, 2003) dalam (Kiswara dan Pratiwi, 2019). Berdasarkan pemaparan diatas, tujuan pemerintah dengan

perusahaan terkait pajak saling bertentangan satu sama lain, dimana perusahaan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dengan meminimalkan biaya pajak yang menjadi tanggungannya, sedangkan pemerintah berusaha memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak (Nugraha, 2015).

Penghindaran pajak agresif (agresivitas pajak) dilakukan dengan berbagai skema transaksi keuangan, baik yang legal maupun ilegal yang dapat menurunkan penerimaan negara yang digunakan untuk tujuan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan sistem pemungutan pajak di Indonesia berdasarkan *self assesement* (wajib pajak menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang) dan kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*), maka seharusnya wajib pajak menjalankan kewajiban membayar pajak dengan benar. Namun demikian, dari sudut pandang logika bisnis, perusahaan menganggap bahwa pajak adalah biaya pelaksanaan usaha (*cost of doing business*). Model pemikiran ini akan menyebabkan perusahaan-perusahaan berusaha mengeluarkan beban pajak seefisien mungkin, perusahaan akan melakukan perencanaan pajak (*tax planning*) yang bertujuan untuk meminimalkan pajak terutang untuk memaksimalkan laba sebelum pajak yang optimal (Mangoting, 1999) dalam (Hidayat, Ompusunggu, dan Suratno, 2016).

Dikutip dari harian umum Pelita, dari seluruh perusahaan terbuka yang ada di Indonesia, sebanyak 22 persen perusahaan memiliki koneksi politik. *The Business Times* mengemukakan bahwa perusahaan memiliki hubungan politik saat *stockholder* yang memiliki jumlah saham besar atau salah satu pimpinan perusahaan merupakan anggota parlemen, seorang menteri, kepala negara atau pejabat negara (www.pelita.or.id, 3/23/2020) dalam (Lestari dan Putri, 2017).

Leverage merupakan suatu perbandingan yang mencerminkan besarnya utang yang digunakan untuk pembiayaan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasinya. Besarnya utang suatu perusahaan berarti beban bunga yang dibayar oleh perusahaan juga besar, sehingga mengurangi laba sebelum kena pajak yang tentunya akan mengurangi besaran pajak yang akan dibayarkan ke kas negara (Sitanggang dan Banjarnahor, 2020).

Perusahaan yang melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memberikan dampak yang positif bagi perusahaannya, karena dianggap telah berkontribusi kepada sosial dan lingkungan, serta memberikan anggapan bahwa perusahaan tersebut tidak hanya menggunakan sumber daya saja. *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi hal yang lazim dalam dunia bisnis (Lindgreen, Swaen, dan Maon, 2009 dalam Octaviana, 2014) dalam (Goh, Nainggolan, dan Sagala, 2019). Pengungkapan CSR adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Rosmasita, 2007 dalam Jessica dan Toly, 2014: 3).

Beberapa penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan mengenai kaitan antara CSR dan agresivitas pajak diteliti oleh peneliti seperti Watson (2011) serta Lanis dan Richardson (2012). Watson menguji hubungan CSR dan agresivitas pajak dengan hasil yang menyebutkan bahwa CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sementara Lanis dan Richardson (2012) meneliti mengenai hubungan CSR dan agresivitas pajak dengan *Effective Tax Rate* (ETR) sebagai alat ukur agresivitas, hasilnya menunjukkan bahwa semakin

tinggi CSR sebuah perusahaan, maka semakin rendah agresivitas pajak yang dilakukan. Yoehana (2013) dan Pradnyadari (2015) juga melakukan penelitian serupa dengan menganalisis hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, dan hasilnya menyebutkan bahwa CSR dan agresivitas pajak saling berkebalikan atau berpengaruh negatif. Semakin tinggi kegiatan dan pengungkapan CSR, maka perusahaan dianggap peduli terhadap lingkungan dan tidak akan melakukan agresivitas pajak (Novia, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, Meutia, & Yusnaini, 2018) diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak, penelitian tersebut memberikan saran untuk menambah variabel yang dapat memengaruhi agresivitas pajak, maka dari itu peneliti bertujuan untuk meneliti kembali dengan menggunakan beberapa variabel tambahan seperti *leverage* dan koneksi politik sebagai variabel moderasi. Dengan demikian peneliti mengambil judul penelitian, yaitu pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan *leverage* terhadap agresivitas pajak dengan koneksi politik sebagai variabel moderasi (pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak?

3. Apakah koneksi politik dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* dan *leverage* terhadap agresivitas pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak.
3. Untuk mengetahui apakah koneksi politik mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* dan *leverage* terhadap agresivitas pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya bidang akuntansi. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memunculkan ide dan gagasan baru untuk penelitian selanjutnya sehubungan dengan *corporate social responsibility* (CSR) dan *leverage* terhadap agresivitas pajak dengan koneksi politik sebagai variabel moderasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan acuan oleh beberapa pihak terkait dengan keputusan atau kebijakan yang akan diambil. Penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi perusahaan mengenai

tindakan agresivitas pajak agar terhindar dari tindakan tersebut dan tidak terkena sanksi perpajakan. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagaimana manajemen perusahaan mengambil kebijakan terkait dengan perpajakan. Sedangkan bagi Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dalam pengambilan kebijakan perpajakan di masa yang akan datang.

