

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pajak merupakan salah satu pemegang peran penting dalam perputaran ekonomi di Indonesia. Menurut Undang-Undang nomor 28 tahun 2007 pasal satu nomor satu, pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan memiliki sifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Mengingat betapa pentingnya pajak bagi negara, pemerintah terus berupaya meningkatkan penerimaan dari sektor ini. Namun, upaya dari pemerintah untuk terus melakukan pengoptimalan pada sektor pajak guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat bertentangan dengan tujuan perusahaan yang di sini berperan sebagai wajib pajak. Keberlangsungan hidup perusahaan harus dapat dipertanggung jawabkan kepada pemilik atau pemegang saham, sehingga perusahaan sebagai wajib pajak berupaya untuk mengurangi pengeluaran yang diperlukan agar memperoleh laba setinggi-tingginya. Kepentingan inilah yang dapat mengakibatkan perusahaan melakukan penghindaran pajak atau disebut juga dengan agresivitas pajak.

Agresivitas pajak kini banyak menjadi sorotan publik, hal ini dikarenakan aktivitas perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan merugikan pemerintah. Ketidaksesuaian tersebut pada umumnya didasari oleh masyarakat dan pemerintah yang mengharapkan agar pendapatan negara dapat meningkat melalui pembayaran pajak yang dilakukan

oleh wajib pajak. Oleh karena itu, Suardijaya *et al.*, (2013) menyatakan bahwa agresivitas pajak merupakan perilaku yang memiliki risiko tinggi, karena jika ketahuan, perusahaan akan menghadapi dampak berupa denda yang berat, sampai dengan kemungkinan hilangnya reputasi. Richardson & Lanis (2012) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai keinginan dan tindakan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan dengan cara legal, ilegal, atau keduanya.

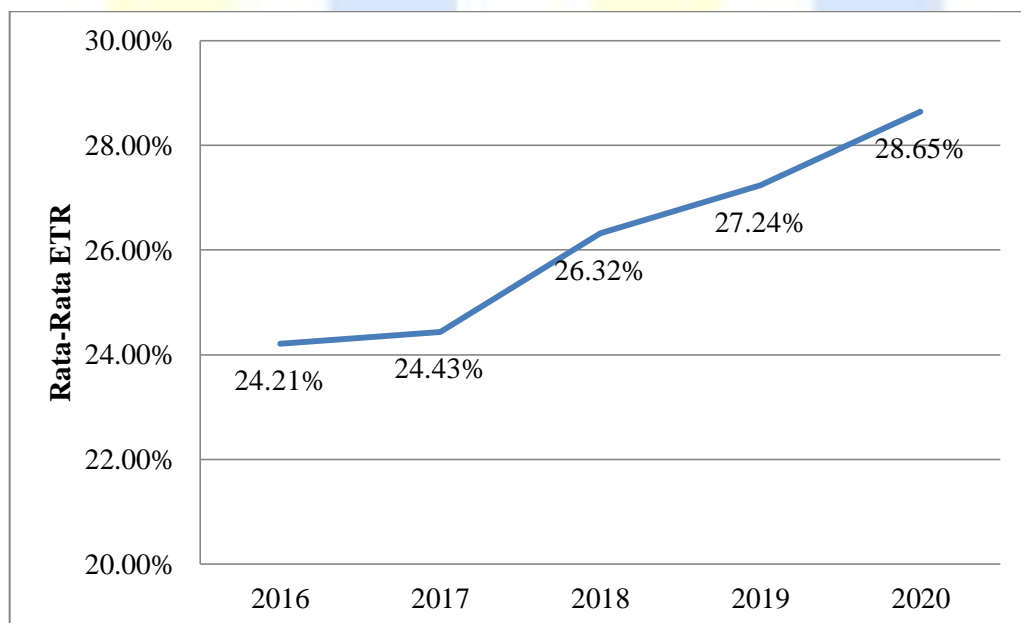
Sistem perpajakan Indonesia yang menggunakan *self assessment system* akan meningkatkan peluang akan perilaku agresivitas pajak dalam perusahaan. Sistem ini memberikan kewenangan kepada wajib pajak untuk menangani kewajiban pajak mereka sendiri, dimulai dari penghitungan pajak hingga proses pelaporannya. Hal tersebut dapat mendorong wajib pajak untuk merekayasa perpajakan mereka, baik secara legal maupun ilegal, sehingga memungkinkan wajib pajak akan memiliki sifat agresif terhadap pajak yang dibayarkannya. Pajak yang dibayarkan yang sesuai dengan ketentuan tentunya bertentangan dengan tujuan utama dari perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, sehingga perusahaan akan berusaha untuk meminimalkan biaya pajak yang ditanggungnya.

Kasus agresivitas pajak yang terjadi di Indonesia diantaranya adalah kasus penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Kalbe Farma. Pada tahun 2017, perusahaan tersebut mendapat Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) dengan jumlah Rp 527,85 miliar. Surat yang dikeluarkan ini berkaitan dengan pajak penghasilan dan PPN untuk tahun 2016. Dengan diterbitkannya surat ini

maka mengindikasikan bahwa PT Kalbe Farma berusaha untuk meminimalkan pajak yang ditanggungnya (Maitriyadewi & Noviari, 2020).

Menilai tindakan agresivitas pajak dapat menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Proksi ini membandingkan antara total beban pajak penghasilan yang dibayar perusahaan dengan pendapatan sebelum pajak. Semakin tinggi nilai ETR maka hal ini menunjukkan bahwa tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan semakin rendah (Lanis & Richardson, 2012). Nilai ETR rendah akan menunjukkan bahwa beban pajak penghasilan perusahaan lebih kecil daripada laba sebelum pajak. Adapun data perkembangan nilai *Effective Tax Rate* (ETR) perusahaan manufaktur tahun 2016-2020 dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1
Perkembangan *Effective Tax Rate* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020



Sumber: data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa *Effective Tax Rate* (ETR) pada perusahaan manufaktur mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Dijelaskan sebelumnya bahwa semakin tinggi nilai ETR, maka hal ini menunjukkan bahwa tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan semakin rendah. Oleh karenanya, kenaikan ini mengindikasikan bahwa agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur mengalami penurunan. Tahun 2016 dan 2017 terlihat bahwa terjadi perubahan nilai ETR sebesar 0,22%, yang berarti bahwa tingkat agresivitas pajak dalam perusahaan mengalami perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan untuk tahun 2018 dan 2019 nilai ETR mengalami kenaikan yang terhitung besar, yaitu tahun 2018 naik 1,89% dari tahun 2017 dan untuk tahun 2019 naik sebesar 0,92% dari tahun 2018. Kenaikan ini mengindikasikan bahwa tindakan agresivitas pajak perusahaan mengalami penurunan. Jika dilihat dari beban pajak yang ditanggung, kenaikan ini diakibatkan dari besarnya nilai pajak tangguhan yang ditanggung perusahaan. Seperti pada PT Chitose Internasional Tbk yang memiliki nilai ETR sebesar 38,64% dikarenakan beban pajak tangguhan sebesar Rp1.982.530.593, dimana nilai ini naik sangat tinggi dibanding dengan nilai beban pajak tangguhan tahun sebelumnya yaitu Rp196.468.608. Selain itu pada PT Indal Aluminium Industry Tbk nilai ETR menyentuh angka 37,51% dan beban pajak tangguhan sebesar Rp3.133.494.006, dimana tahun sebelumnya memiliki manfaat pajak tangguhan sebesar Rp2.633.743.954.

Kenaikan nilai ETR tahun 2019 juga disebabkan oleh besarnya beban pajak tangguhan seperti pada PT Kimia Farma Tbk, yang memiliki nilai ETR 58,52% dengan beban pajak tangguhan yang ditanggungnya sebesar

Rp4.356.749.000, dimana sebelumnya memiliki manfaat pajak tangguhan sebesar Rp68.438.658.000. Beban pajak tangguhan dapat memengaruhi agresivitas pajak berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meiza (2015), Ramadhani & Ningsih (2009) dan Andy (2018) yang memperoleh hasil bahwa semakin tinggi alokasi beban pajak tangguhan antar periode berarti semakin kecil praktik agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Semakin besar perbedaan antara laba fiskal dengan laba akuntansi menunjukkan semakin besarnya diskresi manajemen dan keadaan ini akan terefleksikan dalam beban pajak tangguhan dan nantinya mampu digunakan untuk mendeteksi praktik agresivitas pajak pada perusahaan. Diskresi manajemen ini membebaskan seorang manajer untuk mengambil keputusan dan tindakan manajerial dalam melaksanakan tanggungjawabnya, hal ini sejalan dengan tindakan manajerial entrenchment yang dilakukan manajer dalam perusahaan.

Tahun 2020 nilai ETR juga mengalami kenaikan sebesar 1,41% dari tahun 2019. Kenaikan yang terjadi untuk tahun 2020 ini disebabkan karena adanya aturan baru berkaitan dengan tarif pajak. Berdasarkan pada Peraturan Pemerintah nomor 30 tahun 2020, tarif pajak diubah menjadi 22% dan untuk Perusahaan Terbuka (Tbk) dikenakan tarif 19% (www.klikpajak.id, 2023). Penurunan tarif ini diakibatkan oleh terjadinya pandemi covid-19 yang menimbulkan masalah perekonomian. Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia dan bahkan seluruh dunia ini mengharuskan pemerintah untuk mengambil keputusan dengan memberikan insentif pajak. Selain dikarenakan pandemi tersebut, penurunan tarif ini juga untuk mengurangi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Naiknya nilai ETR ini menunjukkan bahwa tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia mengalami penurunan. Penurunan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu tingkat likuiditas, *leverage*, komite audit, *managerial entrenchment*, dan *advertising intensity*.

Faktor pertama yang akan dibahas disini yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayarkan utang jangka pendek (Kasmir, 2016). Rasio likuiditas perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa keuangan sebuah perusahaan tersebut berada dalam keadaan sehat dan arus kas perusahaan berjalan dengan lancar, oleh karenanya perusahaan tidak akan ragu untuk memenuhi semua kewajiban jangka pendeknya. Sebaliknya, jika rasio likuiditas dalam perusahaan rendah maka hal tersebut menunjukkan perusahaan kesulitan memenuhi utang jangka pendeknya yang dapat mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Dinar *et al.*, (2020) dan Ramadani & Hartiyah (2020) menemukan adanya pengaruh positif likuiditas terhadap agresivitas pajak. Penelitian lain mengenai pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak yang menghasilkan kesimpulan berbeda yaitu Putri & Hanif (2020) dan Herlinda & Rahmawati (2021) menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut dikarenakan apabila perusahaan memiliki likuiditas yang baik maka perusahaan memiliki *resources* yang cukup guna memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin berkurang.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak suatu perusahaan, yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan suatu ukuran untuk mengukur seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh utang. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aktiva atau aset perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2016). Tingginya nilai *leverage* suatu perusahaan, artinya perusahaan tersebut semakin besar dalam menggunakan utangnya, sebaliknya semakin rendah rasio *leverage* perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan banyak menggunakan dana dari modal sendiri. Dana pinjaman suatu perusahaan yang tinggi akan memberikan efek pada beban bunga yang ditanggung menjadi tinggi juga. Beban bunga pada dasarnya mengurangi laba perusahaan, sehingga jika jumlah laba tersebut berkurang maka akan mengurangi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan dapat menggunakan tingkat *leverage* sebagai alat untuk melakukan agresivitas pajak. Putri & Hanif (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Ramadani & Hartiyah (2020), Dinar *et al.*, (2020) dan Herlinda & Rahmawati (2021) memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Faktor ketiga yang diperkirakan dapat mempengaruhi tingkat agresivitas pajak, yaitu komite audit. Komite audit memainkan peran penting terhadap kebijakan yang diambil perusahaan, khususnya kebijakan terkait dengan pajak. Komite audit merupakan komite tambahan berjumlah sekurang-kurangnya tiga orang dengan tugas untuk membantu dewan komisaris dalam melakukan fungsi pengawasan dari kinerja suatu perusahaan secara keseluruhan. Melalui peran

tersebut, komite audit dapat memperkuat pengawasan, sehingga perusahaan tidak memiliki potensi untuk meminimalisasi pembayaran pajak. Semakin tinggi jumlah anggota dari komite audit, maka semakin tinggi pula sistem pengawasan dalam perusahaan. Diharapkan dengan semakin tingginya pengawasan dalam perusahaan, mampu untuk mengurangi tindakan agresivitas pajak yang akan dilakukan oleh perusahaan. Putri & Hanif (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa komite audit memberi pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki jumlah komite audit semakin banyak, maka akan meningkatkan pengawasan dari kinerja perusahaan tersebut, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya agresivitas pajak. Sementara itu, Noviawan *et al.*, (2020) dan Susanto *et al.*, (2018) mendapatkan hasil bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak, yaitu *managerial entrenchment*. Teori keagenan menjelaskan bahwa dalam perusahaan bisa saja terjadi konflik kepentingan antara prinsipal dengan agen. Direktur utama yang berperan sebagai pengelola perusahaan dapat membuat keputusan yang menguntungkannya, namun sebaliknya keputusan tersebut justru merugikan pemilik. Saat seorang direktur utama tidak mampu memberikan *value* bagi perusahaan, maka akan ada kemungkinan terancamnya posisi mereka.

Managerial entrenchment adalah suatu strategi yang digunakan oleh manajer untuk mempertahankan posisinya dalam perusahaan ketika menghadapi tekanan dari *shareholders* dan pengendalian internal perusahaan dengan cara mengimplementasikan praktik yang dapat mengelola hubungan manajer dengan

stakeholder perusahaan (J. Surroca & Tribo, 2008). Agresivitas pajak ini salah satu hal yang dapat digunakan sebagai strategi direktur utama untuk memberikan *value* bagi perusahaan agar direktur utama dapat menghindari *takeover*. Keuntungan yang didapatkan yaitu penghematan pajak menjadikan alasan mengapa *shareholders* mendukung tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Noviawan *et al.*, (2020) dan Noviawan & Utamie (2020) menunjukkan bahwa *managerial entrenchment* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Direktur utama tidak menggunakan agresivitas pajak sebagai strategi untuk mempertahankan posisinya di perusahaan, direktur utama dengan masa kerja yang lama merupakan pendiri perusahaan atau memiliki hubungan afiliasi dengan pemilik perusahaan. Sementara itu Doho & Santoso (2020) mendapatkan hasil bahwa *managerial entrenchment* memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Faktor kelima yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak, yaitu *advertising intensity*. Perusahaan perlu bertahan dalam kondisi yang penuh dengan persaingan saat ini, tentunya perusahaan membutuhkan sebuah strategi agar perusahaan dapat lebih dikenal oleh publik salah satunya dengan beriklan. Teori keagenan menyatakan bahwa seorang manajer akan selalu ingin memberikan kinerja terbaik guna melaksanakan tanggung jawab yang diembannya kepada prinsipal. Salah satu kebijakan yang dapat diambil adalah dengan melakukan *advertising intensity* yang tinggi karena hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk iklan.

Sesuai Peraturan Menteri Keuangan Nomor 2/PKM.03/2010 pasal dua, yaitu besarnya biaya promosi dapat dikurangkan dari penghasilan bruto yang merupakan akumulasi dari biaya pengenalan produk baru, biaya periklanan di media elektronik, media cetak, biaya *sponsorship*, dan biaya pameran produk. Biaya tersebut tentunya dapat menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Susanti & Satyawan (2020) dan Fatmawati & Solikin (2017) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa *advertising intensity* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Ketika suatu perusahaan mampu memanfaatkan biaya iklan sebagai pengurang penghasilan kena pajak, hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini mendukung teori akuntansi positif dimana kebijakan dalam menerapkan *advertising intensity* yang tinggi dapat menguntungkan perusahaan, karena dapat meningkatkan penjualan, sehingga laba yang diperoleh menjadi tinggi namun beban pajaknya rendah. Sementara itu, Muchtado (2017) mendapatkan hasil bahwa *advertising intensity* yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, sehingga masih bisa dilakukan penelitian kembali mengenai agresivitas pajak perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri & Hanif (2020). Terdapat dua perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh adalah Putri & Hanif (2020). Perbedaan pertama, adanya tambahan dua variabel independen yaitu *managerial entrenchment* dan *advertising intensity*.

Managerial entrenchment diperkirakan mempengaruhi agresivitas pajak karena dapat dijadikan sebagai strategi bagi seorang direktur utama untuk mempertahankan posisinya dalam perusahaan ketika menghadapi tekanan dari *shareholders*. Seorang direktur utama akan melakukan apa saja agar meningkatkan nilai dari perusahaan guna memuaskan *shareholder*, salah satunya dengan melakukan agresivitas pajak. *Advertising intensity* dapat digunakan oleh perusahaan guna meningkatkan biaya yang dikeluarkan untuk pengiklanan, sehingga dapat mengurangi penghasilan kena pajak. Perbedaan kedua adalah periode yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima periode terhitung dari tahun 2016-2020, sedangkan pada penelitian dari Putri & Hanif (2020) mulai dari tahun 2016-2018.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, KOMITE AUDIT, MANAGERIAL ENTRENCHMENT, DAN ADVERTISING INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020)”**.

1.2. Ruang Lingkup

Untuk memberikan batasan permasalahan agar mempermudah penelitian ini, menjadikan lebih terarah dan lebih fokus serta dapat meminimalkan kesalahan penafsiran, maka ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel – variabel dalam penelitian ini diantaranya :
 - a. Variabel dependen adalah agresivitas pajak.
 - b. Variabel independen adalah likuiditas, *leverage*, komite audit, *managerial entrenchment* dan *advertising intensity*.
2. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah selama lima tahun, dari periode 2016-2020.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan yang muncul, peneliti memiliki arah dan tujuan guna terselesaikannya penelitian dan digunakan sebagai dasar dari penelitian selanjutnya, sehingga rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti antara lain :

1. Apa pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak?
2. Apa pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak?
3. Apa pengaruh komite audit terhadap agresivitas pajak?
4. Apa pengaruh *managerial entrenchment* terhadap agresivitas pajak?
5. Apa pengaruh *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak.
2. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak.

3. Untuk menguji pengaruh komite audit terhadap agresivitas pajak.
4. Untuk menguji pengaruh *managerial entrenchment* terhadap agresivitas pajak.
5. Untuk menguji pengaruh *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Investor

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan yang diinvestasikan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran baik dari pemilik ataupun manajemen perusahaan, agar patuh dengan semua peraturan yang dibuat oleh pemerintah, meningkatkan ketaatan dalam membayar pajak, dan tidak melakukan agresivitas pajak pada perusahaannya.

3. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu, khususnya dalam bidang akuntansi, diharapkan pula mampu menjadi bahan referensi dan perbandingan mengenai hal yang berkaitan dengan agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan dan pemahaman wawasan mengenai agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur serta dapat menjadi referensi tambahan dalam menyusun penelitian selanjutnya.

