

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang melakukan proses produksi dengan membeli dan mengolah bahan baku menjadi barang yang siap pakai (Rudianto, 2013). Bursa Efek Indonesia (BEI) mengelompokkan perusahaan manufaktur kedalam tiga bagian besar, sedangkan sub sektor dari perusahaan manufaktur ada sebanyak 20 (Kayo, 2019). Perusahaan sub sektor otomotif termasuk kedalam salah satu diantara 20 sub sektor perusahaan manufaktur. Otomotif kerap dikaitkan dengan suatu mesin yang bergerak secara otomatis. Perusahaan sub sektor otomotif merupakan perusahaan yang melakukan perancangan, pemroduksian serta memasarkan produk yang berhubungan dengan kendaraan.

Industri kendaraan bermotor memperlihatkan potensi pasar yang cukup besar dalam peningkatan laju ekonomi dalam negeri. Perdagangan besar dan respirasi mobil dan motor menduduki angka terbesar ketiga pada tahun 2016 dalam produk domestik bruto menurut lapangan usaha, yaitu sebesar Rp1,635,410 miliar di bawah industri Pertanian, Kehutanan, & Perikanan sebesar Rp1,671,598 miliar dan industri Pengolahan sebesar Rp2,545,204 miliar. Pada tahun 2017 Perdagangan besar dan respirasi mobil dan motor tetap menduduki angka terbesar ke tiga, yaitu sebesar Rp1,768,865 miliar di bawah industri Pertanian, Kehutanan, & Perikanan sebesar Rp1,787,963 miliar dan industri Pengolahan Rp2,739,712 miliar (Bank Indonesia, 2018).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu), menyatakan terdapat setidaknya 2000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPh) pada tahun 2016. Perusahaan-perusahaan multinasional tersebut salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, hal ini mengingat banyaknya perusahaan otomotif asing yang menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia (Ariyanti, 2016).

Penerimaan kebijakan pajak yang berlapis membuat industri otomotif sulit melaju dalam basis produksi. Pajak yang dikenakan yaitu mulai dari komponen hingga penghasilan perusahaan. Besarnya tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan otomotif berdampak pada harga jual kendaraan yang mahal, bahkan lebih mahal dari harga jual di negara asal prinsipal. Selain itu juga berdampak pada investor asing yang harus berpikir panjang untuk menanamkan dana investasinya.

Melihat situasi yang terjadi pada perusahaan otomotif dan ditambah dengan munculnya nama perusahaan otomotif yang menjadi salah satu perusahaan yang bermasalah dengan pajaknya, maka penulis ingin melihat apakah terjadi indikasi agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Agresivitas pajak merupakan kegiatan perencanaan pajak oleh seluruh perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif (Nugraha dan Meiranto, 2015). Alasan perusahaan melakukan agresivitas pajak karena semakin tinggi pajak yang dibebankan maka akan semakin berkurang laba yang diperoleh perusahaan, sehingga perusahaan yang merasa terbebaskan oleh pajak yang ditanggungnya kerap melakukan perencanaan untuk meminimalisir pajaknya.

Perusahaan yang melakukan tindak agresivitas pajak tidak hanya bersumber dari ketidaktaatannya pada undang-undang perpajakan saja atau biasa disebut *tax evasion*, melainkan dapat pula melakukan aktivitas penghematan dengan memanfaatkan undang-undang atau biasa disebut *tax avoidance* (Ridha & Martani, 2014). Perusahaan yang melakukan perencanaan pajak biasanya memanfaatkan kelemahan atau peraturan yang tidak berlaku didalam undang-undang. Menurut Darussallam dalam midiasruty dan suranta (2016), selama wajib pajak memiliki cara untuk meminimalkan pajak dan belum ada peraturan yang pasti tentang pelanggaran pajak, maka hal yang dilakukan sah atau legal.

Teori Agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen, dimana prinsipal bertindak sebagai pihak yang memberi kewenangan dan agen bertindak sebagai pihak yang diberikan kewenangan (Halim, 2018).

Hubungan keagenan antara pemegang saham dengan manajer akan efektif ketika manajer melakukan keputusan-keputusan konsisten yang terkait dengan kepentingan pemegang saham (Pearce & Robinson, 2015). Penjelasan tentang agresivitas pajak dapat dimulai dari pendekatan teori agensi. Praktek agresivitas pajak dalam perspektif teori agensi dipengaruhi adanya konflik kepentingan antara agen (manajemen) dengan *principal* yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya. Fenomena dalam kasus ini adalah perusahaan yang melakukan agresivitas pajak tentu saja melalui kebijakan yang diambil oleh pemimpin perusahaan tersebut. Menurut Budiman (2012), pemimpin perusahaan memiliki dua karakter dalam pengambilan resiko yaitu *risk taker* dan *risk averse*. *Risk taker* adalah pemimpin yang berani dalam mengambil risiko sehingga biasanya memiliki dorongan yang kuat untuk memiliki penghasilan, posisi, kesejahteraan, dan kewenangan yang lebih tinggi. Sedangkan *risk averse* adalah pemimpin yang cenderung tidak menyukai resiko sehingga kurang berani dalam mengambil keputusan bisnis.

Tindak agresivitas pajak menjadi salah satu penyebab tidak optimalnya realisasi penerimaan pajak. Menurut data kementerian keuangan, Pada tahun 2014 realisasi penerimaan pajak mencapai 92%, pada tahun 2015 menurun menjadi 83,3%, pada tahun 2016 83,5%, pada tahun 2017 penerimaannya sebesar 92,6%, serta pada tahun 2018 sebesar 92,3%. Realisasi penerimaan pajak yang tidak mencapai angka maksimal ini menjadi kerugian yang sangat besar bagi negara.

PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMI) melakukan tindak agresivitas pajak dengan cara transfer pricing pada tahun 2014. PT Toyota melakukan pemindahan beban atas hasil keuntungan berlebih ke negara yang menerapkan pajak yang tidak terlalu mahal. Pemindahan beban tersebut dilakukan dengan harga yang tidak wajar. Toyota mencoba menghindari pajak yang tinggi di Indonesia dengan menjual seribu mobil buatan pabrik Indonesia ke kantor Toyota Asia *Pasific* di Singapura, sebelum dijual ke Thailand dan Filipina. Secara tidak langsung, PT Toyota di Indonesia hanya bertindak atas nama PT Toyota yang ada di Singapura (Sugiarto, 2014).

PT Garuda Metalindo diduga melakukan upaya agresivitas pajak dengan cara memanfaatkan modal yang diperoleh dari pinjaman atau hutang agar terhindar

dari pajak yang ditanggung perusahaan. Perusahaan dapat terhindar dari pajak apabila modal yang masuk dihitung sebagai hutang. Nilai hutang bank jangka pendek dalam laporan keuangan Garuda Metalindo tahun 2016 menunjukkan angka senilai Rp48 miliar, kemudian meningkat mencapai Rp110 miliar pada tahun 2017 (Simamora, 2017). Menariknya dari fenomena ini yaitu Garuda Metalindo telah terdaftar sebagai perseroan terbatas, namun dari sisi permodalan sendiri Garuda Metalindo masih bergantung dari hutang afiliasi. Presiden Direktur Garuda Metalindo Ervin Wijaya, mengatakan nilai hutang perusahaan meningkat akibat perusahaan menyiapkan setidaknya Rp350 miliar belanja modal (*capital expenditure/capex*) hingga pertengahan tahun depan (Kunjana, 2017).

PT Suzuki Motor Corp melakukan tindak agresivitas pajak pada tahun 2016 dengan menyembunyikan dana sebesar Rp38,6 miliar agar tidak dikenai pajak yang tinggi oleh pemerintah. Tindak ini dilakukan pada bisnis balap sepeda motor mereka dengan cara menghitung suku cadang yang belum terpakai sebagai biaya pengeluaran untuk menghindari pajak yang tinggi (Arfi, 2016).

Beberapa variabel dipilih dalam mengpengaruhi tindak agresivitas pajak yaitu manajemen laba, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan intensitas persediaan. Manajemen laba dipilih karena perusahaan menganggap pajak sebagai beban, sehingga manajer perusahaan kerap mengelolah laba agar dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* dipilih karena perusahaan yang mengimplementasikan pengungkapan CSR dapat dikatakan peduli terhadap lingkungan sekitar dan seharusnya taat membayar pajak tanpa mengurangi besarnya biaya yang telah menjadi kewajibannya, karena kegiatan agresivitas pajak tidak sejalan dengan kegiatan CSR yang bertujuan mendukung pembangunan dan kesejahteraan lingkungan sekitar. Intensitas persediaan dipilih karena semakin tingginya tingkat intensitas persediaan yang dimiliki perusahaan, maka semakin bertambah beberapa biaya untuk mengurangi pajak perusahaan, sehingga adanya indikasi untuk melakukan tindak agresivitas pajak.

Manajemen laba merupakan tindak untuk menaikkan atau menurunkan laba yang dilakukan oleh manajer dengan tidak menyebabkan kenaikan atau penurunan ekonomi perusahaan jangka panjang (Sulistyanto, 2014). Pada dasarnya,

manajemen laba merupakan metode dalam menyesuaikan informasi laba yang disajikan kepada publik, baik meningkatkan atau menurunkan laba. Menurut Tunakotta (2013), manajemen laba merupakan kegiatan yang lazim di pasar modal. Manajemen laba dapat dibedakan dengan dua cara, yaitu yang pertama mengubah metode akuntansi atau estimasi yang digunakan ketika menyajikan transaksi dalam laporan keuangan (manajemen laba akrual), dan yang kedua mengubah laba yang dilaporkan kearah tertentu yang dicapai dengan mengubah waktu operasi, investasi atau pendanaan yang memiliki konsekuensi bisnis suboptimal (Zang, 2012) . Manajemen laba memiliki beberapa pola dalam pelaksanaannya, yaitu *income increasing* dan *income decreasing*. Ketika manajer menggunakan pola *income increasing*, artinya manajer memiliki motivasi untuk menghindari pelaporan penurunan laba dan berkeinginan untuk meningkatkan *earning* kepada para pihak eksternal. Namun ketika manajer menggunakan pola *income decreasing*, artinya motivasi manajer adalah untuk memperkecil beban pajak dengan menurunkan laba (Scott, 2015). Manajemen laba memiliki keterkaitan terhadap agresivitas pajak saat manajer menggunakan pola *income decreasing*, dimana manajer berusaha untuk memperkecil beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Arief (2016) dan Novitasari (2017), menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sementara penelitian yang dilakukan oleh Kartikasari (2018) serta Diatmika dan Sukartha (2019), menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Corporate social responsibility merupakan suatu bentuk tanggung jawab atau komitmen yang dilakukan perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi sebagai bentuk usaha meningkatkan kualitas hidup lingkungan masyarakat (Yusuf, 2017). Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah representasi dari tingkat kesadaran dan kepatuhan suatu perusahaan. Semakin banyak pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin baik citra perusahaan di mata *stakeholdernya* (Makhfudloh, 2018). Pengungkapan CSR memiliki keterkaitan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang benar-benar mengimplementasikan pengungkapan CSRnya memiliki sikap peduli terhadap lingkungan sekitar dan seharusnya taat membayar pajak tanpa mengurangi besarnya biaya yang telah menjadi kewajibannya, mengingat bahwa pajak juga dipergunakan

untuk kepentingan masyarakat, sedangkan kegiatan agresivitas pajak tidak sejalan dengan kegiatan CSR yang juga bertujuan mendukung pembangunan dan kesejahteraan lingkungan sekitar. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuniyastini dan Tahar (2016), serta Madarina dan Ardiyanto (2019), menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sementara penelitian yang dilakukan oleh Fionasari (2017) serta Makhfudloh (2018), menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Intensitas persediaan adalah bagian dari *capital intensity ratio* yang merupakan bentuk dari investasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan investasi terhadap persediaan yang dimilikinya (Ardyansah, 2014). Intensitas persediaan mengukur tingkat efektifitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaannya (Yani, 2018). Intensitas persediaan memiliki keterkaitan terhadap agresivitas pajak. Menurut PSAK NO.14, intensitas persediaan yang tinggi akan menimbulkan beban tambahan bagi perusahaan. Tingginya persediaan suatu perusahaan dapat timbul akibat adanya dari biaya persediaan itu sendiri. Biaya tersebut meliputi biaya pembelian, biaya konversi dan biaya lain yang meliputi biaya penyimpanan, biaya penjualan, dan beberapa biaya lainnya, sehingga beban pajak yang dimiliki perusahaan akan berkurang akibat biaya-biaya tersebut (Adisamarta dan Noviani, 2015). Pada penelitian yang dilakukan oleh Fahrani (2018) serta Isnanto (2019), menyatakan bahwa intensitas persediaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sementara penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2017) serta Wahyuni (2018), menyatakan bahwa intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas masih terdapat inkonsistensi antara satu peneliti dengan peneliti yang lain. Serta berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan penulis, maka hal tersebut menarik untuk diangkat menjadi suatu penelitian. Oleh sebab itu penulis memilih judul “Pengaruh Manajemen Laba, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Intensitas Persediaan terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan Sub Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)”.

1.3 Perumusan Masalah

Agresivitas pajak merupakan upaya perusahaan dalam merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan melalui tindakan perencanaan pajak. Menurut Darussallam (2009), selama wajib pajak memiliki cara untuk meminimalkan pajak dan belum ada peraturan yang pasti tentang pelanggaran pajak, maka hal yang dilakukan sah atau legal.

Fenomena terkait agresivitas pajak dilakukan PT Toyota Motor *Manufacturing* Indonesia (TMMI) dengan memanfaatkan transaksi antar perusahaan terafiliasi didalam dan luar negeri pada tahun 2014 lalu. Fenomena lain yaitu PT Garuda Metalindo diduga melakukan upaya agresivitas pajak dengan cara memanfaatkan modal yang diperoleh dari pinjaman atau hutang agar terhindar dari pajak yang ditanggung perusahaan. Fenomena terakhir datang dari PT Suzuki Motor Corp pada tahun 2016 dengan menyembunyikan dana sebesar Rp38,6 miliar agar tidak dikenai pajak yang tinggi oleh pemerintah. Perusahaan menganggap pajak sebagai beban sehingga membuat manajer perusahaan mengolah laba atau melakukan manajemen laba agar dapat mengurangi beban pajak yang ditanggung perusahaan. *Corporate social responsibility* dan pajak merupakan beban yang harus ditanggung perusahaan, sehingga perusahaan kerap melakukan agresivitas pajak untuk meminimalkan beban pajak tersebut. Tingginya tingkat intensitas persediaan suatu perusahaan akan menambah biaya-biaya tertentu. Biaya-biaya tersebut nantinya akan mengurangi beban pajak yang ditanggung perusahaan.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen laba, pengungkapan *corporate social responsibility*, intensitas persediaan, dan agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018?
2. Apakah manajemen laba, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan intensitas persediaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018?

3. Apakah manajemen laba berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018?
4. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018?
5. Apakah intensitas persediaan berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dirangkum berdasarkan rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen laba, *corporate social responsibility*, intensitas persediaan, dan agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.
2. Untuk mengetahui apakah manajemen laba, *corporate social responsibility*, dan intensitas persediaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial manajemen laba terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial intensitas persediaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat ini dikelompokkan menjadi dua aspek, yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

1.5.1.1 Aspek Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu perkembangan khususnya perpajakan.

1.5.1.2 Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan terhadap topik agresivitas pajak. Penelitian ini dapat dijadikan media pembelajaran serta referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Aspek praktis

1.5.2.1 Perusahaan

Dalam penelitian ini, perusahaan dapat memperoleh manfaat pula. Perusahaan yang khususnya sub sektor otomotif dapat menjadikan penelitian ini informasi tambahan dan sumber evaluasi perencanaan pajak.

1.5.2.2 Pemerintah

Dalam penelitian ini, pemerintah diharapkan dapat memaksimalkan realisasi penerimaan pajak negara. Pemerintah dapat melakukan evaluasi perbaikan peraturan perpajakan terutama tentang perencanaan pajak.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam penulisan tugas akhir ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan tugas akhir ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan pada bab ini yaitu menggambarkan isi tentang penelitian secara umum, ringkas, dan padat. Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian,

latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJUAN PUSTAKA

Pembahasan pada bab ini yaitu menjelaskan teori dari umum hingga ke khusus. Bab ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang akan membentuk suatu kerangka pemikiran untuk hipotesis yang dibutuhkan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pembahasan pada bab ini menegaskan pendekatan, teknik dan metode yang digunakan untuk menjawab masalah. Penjelasan berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi dan definisi variabel operasional, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan pada bab ini. Dalam bab ini terdiri dari dua bagian, yakni penyajian hasil analisis data dan penyajian pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penafsiran terhadap analisa temuan penelitian data secara konkrit. Adapun saran yang diberikan mampu memberikan kesadaran bagi peneliti selanjutnya, perusahaan, dan pemerintah.