

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penerimaan pajak merupakan salah satu instrumen penting bagi kas negara. Seperti yang dikatakan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani, bahwa ketersediaan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, bahkan pasokan pangan yang memadai untuk ratusan juta masyarakat Indonesia bisa tercipta lewat pajak (Prakoso, 2020).

Namun pada pelaksanaannya tidak semua wajib pajak, dalam hal ini perusahaan, mudah mengeluarkan biaya untuk membayar pajaknya. Karena, seperti yang diungkapkan Kuriah (2016) dan Prasista (2016) bahwa perusahaan beranggapan memiliki dua beban pajak, yaitu pajak perusahaan dan kewajiban hukum tanggung jawab sosial (berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT)), yang dipandang sebagai biaya yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal inilah yang akhirnya menekan perusahaan untuk bersikap agresif terhadap pajak yang harus dibayarkannya.

Hlaing (2012) mendeskripsikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan dengan tujuan mengurangi beban pajak terutang. Meski tidak semua bentuk perencanaan pajak tergolong sebagai sebuah tindak agresivitas pajak, namun jika semakin banyak celah hukum yang digunakan perusahaan dalam menghindari pajak yang harus dibayarkan maka perusahaan dianggap semakin agresif (Zsazy, 2019). Sehingga hal ini yang kemudian menandakan bahwa agresivitas pajak dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam melihat bagaimana penghindaran pajak yang dilakukan wajib pajak.

Pada dasarnya, perusahaan meminimalisasi jumlah pajak yang dibayarkan dengan cara meminimalkan jumlah laba kena pajak. Akan tetapi, laba yang rendah tidak menarik bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan pemegang saham (*shareholders*), sehingga menimbulkan tarik ulur (*trade off*) di antara keduanya

(Yunistiyani & Tahar, 2017).

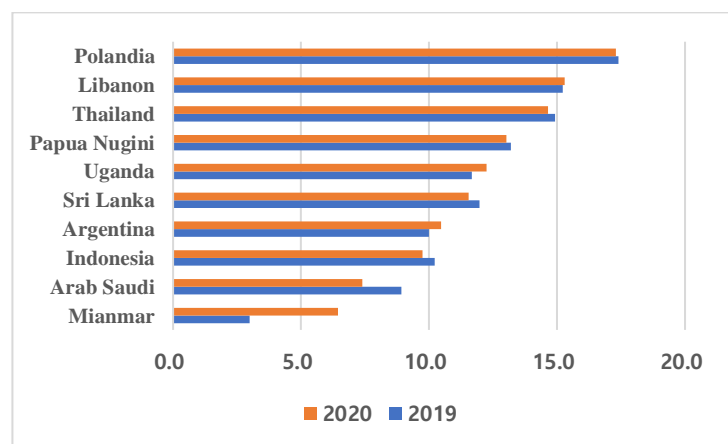
Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Awaliah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa peningkatan agresivitas pajak di Indonesia terus meningkat sejak tahun 2018 hingga 2020. Munculnya fenomena pandemi yang mengakibatkan banyak perusahaan mengalami penurunan pendapatan, akhirnya memaksa perusahaan untuk menekan kewajiban perpajakannya agar deviden bagi *shareholders* dapat tetap terjaga.

Sama seperti negara berkembang lainnya di seluruh dunia, Indonesia memiliki rasio pajak yang rendah. Rasio pajak merupakan perbandingan atau persentase penerimaan pajak terhadap produk domestik bruto (PDB) yang sekaligus merupakan salah satu indikator penilaian kinerja penerimaan pajak. Direktur Jenderal Pajak Robert Pakpahan pun menyimpulkan bahwa ukuran rasio pajak menunjukkan seberapa mampu pemerintah membiayai keperluan-keperluan yang menjadi tanggung jawab negara (Kemenkeu, 2019).

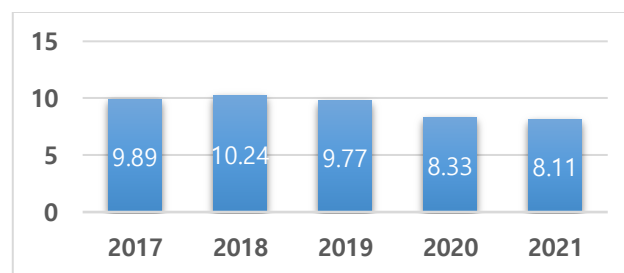
Director of Centre for Tax Policy and Administration OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) Pascal Saint Amans mengatakan bahwa, diantara negara G20 dan lebih luas lagi negara berkembang, rasio pajak Indonesia dari PDB merupakan salah satu yang terendah di dunia. Menurut Ekonom senior OECD Andrea Goldstein, ada beberapa hal yang membuat rasio pajak di Indonesia rendah, yaitu kepatuhan pajak masyarakat yang buruk, insentif dan pengurangan tarif pajak dari pemerintah terlalu luas, hingga belum maksimalnya pembayaran pajak yang disetor wajib pajak ke negara (Rika, 2021). Staf Ahli Menteri Keuangan Bidang Pengawasan Pajak Nufansa Wira Sakti pun mengatakan, pemerintah telah memberi insentif atau diskon pajak yang begitu besar dalam kurun waktu 2020-2021 dengan realisasi mencapai Rp 68,32 triliun atau setara 112,6 persen dari pagu Rp 62,83 triliun (Ulya, 2022).

Alkausar et al. (2020) juga mengatakan, bahwa rasio pajak negara Indonesia yang rendah mengindikasikan adanya kebocoran pajak, yang disebabkan oleh tingginya tindakan oportunistis wajib pajak dengan cara

melakukan praktik perencanaan pajak secara ilegal, selain adanya indikasi bahwa masih banyak potensi perpajakan yang belum tergali. Adapun seperti yang disebutkan Dirjen Pajak Robert Pakpahan bahwa rasio pajak ideal menurut standar internasional adalah sebesar 15 persen (Kemenkeu, 2019).



Gambar 1.1 Rasio Pajak Negara Berkembang
Sumber: The World Bank



Gambar 1.2 Rasio Pajak Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi agresivitas pajak telah banyak diteliti, di antaranya: manajemen laba (Tiaras & Wijaya (2015), Novitasari (2017), Handajani et al. (2020)); kepemilikan institusional (Novitasari (2017), Putri & Lawita (2019), Wulandari et al. (2022)); ukuran perusahaan (Tiaras & Wijaya (2015), Leksono et al. (2019), Kusuma & Maryono (2022)); profitabilitas (Viriany & Susanto (2018), Maulana (2020), Elizabeth & Riswandari (2022)); *leverage* (Kuriyah (2016), Hidayat & Fitria (2018), Sidik (2020)); serta tanggung jawab sosial ((Mumtahanah & Septiani (2017), Firmansyah & Estutik (2020), Wulandari et al. (2022)).

Rana Mentari Shalihah, 2023

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Friedman (1970) berpendapat bahwa satu-satunya tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham, sedangkan masalah sosial dan lingkungan hanyalah kendala yang harus diintegrasikan ke dalam fungsi tujuan keuangannya. Sejalan dengan tujuan ini, maka perusahaan hanya akan melaksanakan tanggung jawab sosial jika mereka mencapai keuntungan maksimal (Laguir et al., 2015). Pada teori keagenan, biaya atas aktivitas tersebut biasanya disebut sebagai biaya reputasi dan/atau biaya politik (Chen et al., 2010).

Oleh karenanya, *tradeoff* di antara tujuan sosial dan masalah ekonomi selalu didorong oleh kebutuhan mendasar, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Pajak perusahaan hanya dapat dikaitkan dengan tanggung jawab sosial jika pembayarannya berimplikasi bagi masyarakat luas. Namun tentu saja, agresivitas pajak dapat berakibat sanksi negatif dan penghakiman terhadap perusahaan karena telah perhitungan kepada masyarakat, dalam kata lain perusahaan cenderung telah berperilaku oportunistis yang jelas bertentangan dengan kepentingan masyarakat (Laguir et al., 2015).

Baudot et al. (2020) mengungkapkan bahwa hanya jika “*spirit of the law*” dan “*letter of the law*” selaras, maka perencanaan pajak sebagai sebuah isu tanggung jawab sosial bisa berakhir. Serta, jika sebuah perusahaan tidak bisa dengan nyaman menjelaskan kebijakannya kepada publik, mungkin karena mereka ingin merefleksikan apakah kebijakan pajak yang digunakannya sudah tepat.

Perusahaan di era informasi ini menghadapi tekanan dari berbagai pihak melampaui batas *stakeholder* tradisionalnya, pemilik modal dan manajemen yang secara langsung terlibat dengan operasi bisnis. Tekanan-tekanan baru tersebut berhubungan dengan dimensi-dimensi sosial yang secara langsung terlibat dengan keputusan strategis bisnis, karena perusahaan tidak lagi dinilai hanya berdasarkan indikator kinerja tradisional semata (keuangan), tetapi juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan tuntutan sosial yang begitu luas (Wahyudi, 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*)

Disclosure/CSRD), sebagai perluasan dari pertanggungjawaban organisasi di luar tugas konvensionalnya melaporkan kinerja keuangan kepada pemegang saham perusahaan, kemudian lebih sering dikaitkan dengan upaya perusahaan untuk memiliki reputasi baik di masyarakat atas kegiatan sosial dan perbaikan lingkungan hidup yang dilakukan (Hassan & Harahap (2010); Wahyudi (2017)).

Secara umum, terdapat kewajiban setiap perseroan selaku subjek hukum bertanggung jawab sosial dan lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP TJSL). Selain itu dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 66 dan 74 juga menyebutkan bahwa selain laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya.

Namun, Cleff et al. (2018) mengatakan bahwa sebuah keberlanjutan/*sustainability* memiliki beberapa permasalahan kompleks yang menantang, seperti: (1) sulitnya perusahaan untuk seutuhnya transparan dan secara radikal mengubah proses tradisionalnya pada proses yang menciptakan rantai nilai; (2) keberlanjutan pada perusahaan dikatakan menantang karena tidak ada keseluruhan pegawai dan pemangku kepentingan yang memiliki kesamaan visi dan tujuan keberlanjutan; (3) perkembangannya yang lambat dikarenakan tidak tercukupinya permintaan terhadap produk yang berkelanjutan. Perkembangan industri yang seperti berada dalam lingkaran tak berujung, mengharuskan keterlibatan pemerintah, perusahaan, dan konsumen untuk bisa ikut berkontribusi.

Sebagai entitas dengan tingkat sumber daya yang intensif, perusahaan industri perlu mengompensasi keselamatan bumi serta mengurangi kerusakan alam, baik dengan menangani limbah secara efisien maupun mengurangi dampak lingkungan (Księżak, 2017). Dalam forum kerja sama multilateral G20 2022, emisi gas rumah kaca (GRK) yang timbul dari aktivitas manusia dan industri menjadi salah satu isu prioritas yang dikaji. Berdasarkan data Dana Moneter Internasional (IMF), emisi GRK yang dihasilkan negara-negara G20 cenderung

meningkat di setiap kuartal (Rizaty, 2022). Sebagaimana pemerintah yang tidak dapat sepenuhnya menjaga populasi maupun bertanggung jawab terhadap kualitas kehidupannya, perusahaan-lah yang akhirnya memiliki peran penting bagi lingkungan dan mencoba membedakan satu sama lain melalui kinerja tanggung jawab sosialnya (Jamali & Mirshak, 2007).

Aspek di atas membuat seluruh industri perusahaan menarik untuk dikaji sehingga cakupan penelitian lebih luas, serta diharapkan pula dapat mendorong pertanggungjawaban sosial dan pajak perusahaan, maupun terus menunjukkan potensi pengembangan lebih lanjut menuju bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Banyak peneliti yang telah menguji keterkaitan antara pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial dengan agresivitas pajak. Dari penelitian yang dilakukan Mumtahanah & Septiani (2017); Yunistiyani & Tahar (2017); Andrianto & Fadjar (2017); Pratiwi et al. (2021); Oktris et al. (2021) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Artinya, bahwa perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi akan mengakibatkan perusahaan lebih agresif terhadap pajaknya (Andrianto & Fadjar, 2017).

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mgbame et al. (2017); Prismanitra & Sukirman (2021); Fuadah & Kalsum (2021); Lumbantobing & Siagian (2021); Rahman & Leqi (2021) menyimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Sari & Tjen (2016) dan Prismanitra & Sukirman (2021) mengungkapkan bahwa perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya cenderung menerapkan etika yang baik dan tidak menghindari pembayaran pajak, dengan indikasi bahwa semakin tinggi peringkat kinerja lingkungan perusahaan, maka semakin memperkuat pengaruh negatif pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajaknya.

Adapun penelitian yang dilakukan Fionasari et al. (2017); Wardani &

Purwaningrum (2018); Ayyasy & Muid (2021); Silalahi (2021); Putri & Diamastuti (2021) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh atas pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak. Hasil ini kemudian diartikan bahwa apabila nilai pengungkapan tanggung jawab sosial besar maka belum tentu perusahaan akan semakin tidak agresif (Jessica & Toly, 2014). Ayyasy & Muid (2021) menyimpulkan bahwa kinerja tanggung jawab sosial masing-masing kategori sejalan dengan kinerja tanggung jawab sosial secara keseluruhan yang pengaruhnya terhadap agresivitas pajak tidak dapat dibuktikan secara empiris.

Kedatangan pandemi Covid-19 pada semester pertama 2020 seolah mengingatkan kembali pentingnya keberlangsungan bisnis, termasuk bagaimana perusahaan harus memperhatikan semua *stakeholders* internal dan eksternal, dari pemegang saham, pegawai, hingga konsumen akhir. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto pun mengatakan bahwa, penting bagi perusahaan untuk merespon terjadinya hal-hal yang tidak terduga. Semua menekankan kembali kebutuhan terhadap *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai fondasi utama pengambilan keputusan yang lebih baik (Limanseto, 2021).

Good Corporate Governance merupakan sebuah sistem untuk mengarahkan, mengendalikan serta mengawasi pengelolaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis, dan produktif – (E3P) dengan prinsip transparan, akuntabel, dapat dipertanggungjawabkan, independen dan adil dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Syakhroza, 2002). Adapun tujuan utama dari penerapan GCG adalah meningkatkan nilai saham dalam jangka panjang sekaligus menciptakan nilai tambah bagi *stakeholders* (Dwiridotjahjono, 2009).

Ariff & Hashim (2014) mengungkapkan bahwa pelaksanaan *good corporate governance* merupakan pemenuhan tanggung jawab sebagai *good corporate citizens*. Implementasi *good corporate governance* juga merefleksikan kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan, yaitu berupa informasi yang jelas dan akurat atas transparansi kualitas informasi keuangan perusahaan (Barani et al., 2013).

Terkait hal tersebut, Pasal 108 ayat 2 pada UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas juga mengharuskan adanya kelembagaan komisaris sebagai salah satu organ perseroan. Keberadaan komisaris independen sebagai bentuk penerapan GCG pun menjadi penting karena berkaitan erat dengan pengawasan terhadap manajemen dalam pengambilan keputusan manajerial. Status independen komisaris menjadi sebuah tanggung jawab untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan (Rifai (2009); Alkausar et al. (2020)). Tertuang dalam Pasal 80 ayat 1 Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995, kemampuan dan pemahaman komisaris independen terhadap bidang usaha entitas akan sangat memengaruhi persetujuan dan keputusan yang dibuat, sesuai dengan tanggung jawab entitas terhadap pemegang sahamnya. Untuk itu komisaris independen tidak boleh gegabah memberikan persetujuannya terhadap transaksi atau kegiatan entitas, yang secara material mengandung informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Selain komisaris independen, ada pula komite audit sebagai salah satu unsur kelembagaan dalam kerangka GCG yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengawasan internal perusahaan, serta mampu mengoptimalkan mekanisme *checks and balances*, yang pada akhirnya ditujukan untuk memberikan perlindungan yang optimum kepada *stakeholders* (IKAI, 2022).

Motivasi utama dari setiap aktivitas pengawasan yang dilakukan komisaris independen dan komite audit di atas adalah untuk meyakini bahwa manajemen telah mengoperasikan kegiatannya selaras dengan kepentingan *stakeholders*, khususnya pemegang saham (Rezaee, 2007). Dari sini pula komisaris independen dan komite audit dapat diposisikan sebagai pengawas dari manajemen sebagai “agen” yang perlu diawasi atas perilaku oportunistis, termasuk dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial maupun sifat agresif terhadap pajak. Keduanya, baik komisaris independen, sebagai *outsider* dalam perusahaan (bagian yang terlepas dari kegiatan manajemen sehari-hari), maupun komite audit memiliki motivasi pengendalian lebih besar untuk melakukan ratifikasi dan

pengawasan (Achmad, 2012).

Komisaris independen dan komite audit sebagai bagian dari manajemen perusahaan berkewajiban menjaga independensi dalam menjalankan tugasnya. Komisaris independen dan komite audit perlu untuk tetap dan selalu independen selama menjalankan tanggung jawabnya, sehingga fungsional manajemen dapat tetap efektif dengan terhindarnya konflik kepentingan yang berisiko bagi keberlanjutan perusahaan.

Penelitian Yogiswari & Ramantha (2017); Martantina & Soerjatno (2018); Prismanitra & Sukirman (2021) mendapatkan hasil bahwa komisaris independen tidak dapat mengurangi sifat oportunistis manajemen yang melakukan manajemen laba yang artinya, keberadaan komisaris independen tidak dapat meningkatkan efektivitas pengawasan yang dijalankan oleh komisaris. Sedangkan penelitian Ajina et al. (2019); Arianti (2020); Maas (2022) memperoleh hasil bahwa komisaris Independen memperlemah hubungan tanggung jawab sosial terhadap perilaku menyimpang manajer. Hal ini disebabkan karena komisaris independen yang berada di luar manajemen yang cenderung tidak dipengaruhi oleh tindakan manajemen, sehingga hal-hal yang perlu diungkapkan perusahaan dapat dilakukan tanpa terpengaruh tujuan tertentu dari manajemen. Artinya, jumlah dari komisaris independen yang semakin besar pada perusahaan dapat mengindikasikan tindak agresivitas pajak perusahaan yang lebih rendah.

Penelitian Martantina & Soerjatno (2018) dan Prismanitra & Sukirman (2021) menunjukkan komite audit tidak dapat memoderasi pengaruh tanggung jawab sosial pada penghindaran pajak. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Yogiswari & Ramantha (2017) yang memperoleh hasil bahwa keberadaan komite audit dapat berdampak pada akuntabilitas strategi dan implementasi tanggung jawab sosial, serta memperkecil kemungkinan praktik penghindaran pajak.

Penelitian Rista & Mulyani (2019) juga mendapatkan hasil bahwa komite audit memperkuat pengaruh negatif tanggung jawab sosial terhadap penghindaran pajak. Hal ini dikarenakan komite audit sebagai pengontrol proses penyusunan

laporan keuangan dapat mencegah manajemen menghindari pajak. Begitu pula hasil penelitian Dewi & Gunawan (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh fungsi komite audit terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atas agresivitas pajak.

Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kembali terkait *good corporate governance* yang diduga dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara tanggung jawab sosial dan agresivitas pajak. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah industri perusahaan yang dijadikan populasi penelitian yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2013 hingga 2021, dengan judul penelitian: “Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Agresivitas Pajak dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah komisaris independen memoderasi tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah komite audit memoderasi tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak.
2. Untuk mengetahui apakah komite audit memoderasi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak.
3. Untuk mengetahui apakah komisaris independen dapat memoderasi pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap agresivitas pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat umum maupun peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan landasan untuk menambah wawasan serta penulisan penelitian selanjutnya.
2. Bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*), baik dalam perusahaan maupun pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi literasi tambahan dalam upaya memperbaiki maupun meningkatkan pengambilan keputusan yang lebih baik.