

BAB I

PENDAHULUAN

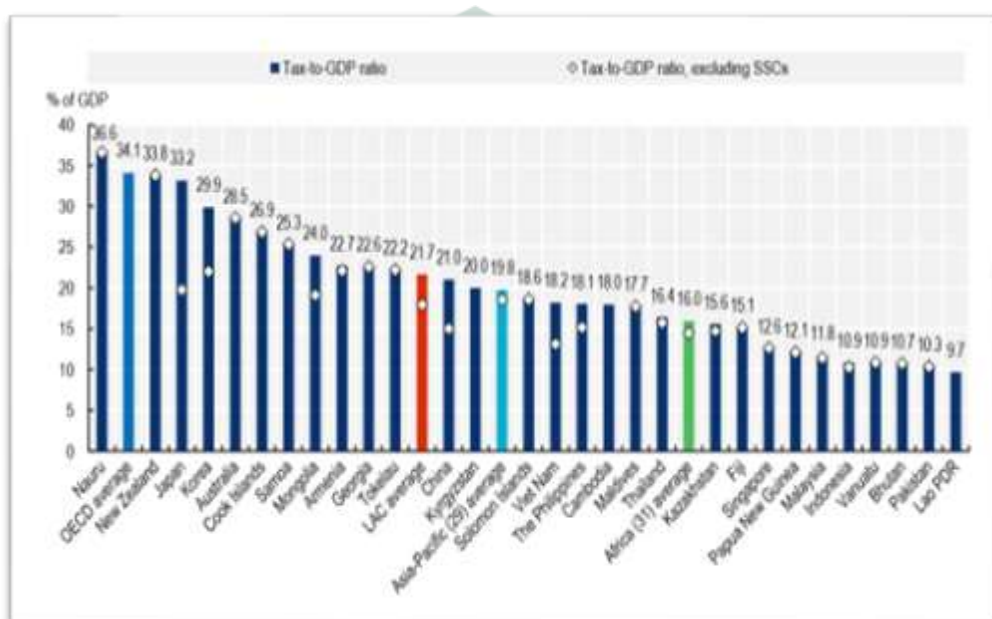
1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia berjumlah 281.603,8 jiwa setara dengan 3,47% dari total penduduk dunia, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk terbanyak di dunia (www.bps.go). Indonesia memiliki sumber daya alam melimpah dan letak yang strategis, sehingga menjadikan Indonesia sebagai pusat perdagangan global. Hal tersebut menarik minat pengusaha untuk mendirikan perusahaan di Indonesia, baik perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini menjadi keuntungan bagi negara karena dapat meningkatkan pendapatan negara yang berasal dari bidang perpajakan (Laksmi *et al.*, 2024).

Undang-Undang nomor 17 tahun 2003 tentang keuangan negara, menyatakan bahwa sumber penerimaan negara berasal dari tiga unsur yakni penerimaan pajak, penerimaan bukan pajak dan penerimaan hibah. Pajak merupakan sumber pendapatan bagi negara yang berkontribusi besar dalam kegiatan bernegara, sehingga keberhasilan pemerintah dalam menghimpun penerimaan pajak menjadi faktor utama dalam menjaga stabilitas fiskal dan pertumbuhan ekonomi.

Peran perpajakan sangat penting bagi negara, akan tetapi realisasi penerimaan pajak di Indonesia masih belum mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh kementerian keuangan, realisasi penerimaan pajak di Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebesar Rp 1.932,4 triliun atau 97,2% dari target 1.988,9 triliun. Demikian pula pada tahun 2023, realisasi penerimaan pajak hanya mencapai Rp1.869,2 triliun, yaitu 96,2% dari target Rp1.943 triliun (muc.co.id). Kondisi ini semakin diperkuat dengan data yang diterbitkan oleh OECD yang berjudul *Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2023* yang menunjukkan bahwa kinerja

perpajakan Indonesia masih relatif rendah jika dibandingkan dengan negara lain di kawasan maupun global. Hal ini tercermin dari *tax-to-GDP* ratio Indonesia yang hanya mencapai 10,9%, yang menunjukkan bahwa kontribusi pajak terhadap perekonomian masih relatif rendah dibandingkan dengan negara lain. Indonesia menempati kelompok negara dengan rasio pajak terendah dibawah negara Thailand, Filipina dan China yang memiliki rasio pajak di atas 15%. Rendahnya rasio pajak ini mengindikasikan masih adanya potensi penerimaan negara yang belum tergali secara optimal (www.oecd.org).



Gambar 1. 1 Tax to GDP ratios in Asia and the Pacific

Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Indonesia menjadi perhatian khusus dengan adanya sistem pemungutan pajak yang diterapkan oleh pemerintah yaitu *self assesment system* sejak tahun 1983. Dalam sistem ini wajib pajak diberi kepercayaan penuh oleh pemerintah untuk menghitung, membayar, serta melaporkan kewajiban perpajakannya secara mandiri. Sistem ini menuntut kesadaran dan kejujuran tinggi wajib pajak, namun disisi lain karena kurangnya pengawasan dan lemahnya kepatuhan menimbulkan peluang bagi wajib pajak termasuk perusahaan untuk melakukan ketidakpatuhan pajak (klikpajak.id).

Merujuk pada laporan yang diterbitkan oleh *World Bank* tahun 2023 yang berjudul “*Revealing Tax Evasion: Experimental Evidence from a Representative Survey of Indonesia Firms*”, penelitian menggunakan metode *double list experiment* terhadap 2.955 perusahaan di Indonesia dengan sampel lima karyawan aktif dari setiap perusahaan, menunjukkan bahwa sekitar 25-27% perusahaan tidak membayar secara penuh pajak yang seharusnya dibayarkan. Kondisi ini menunjukkan adanya agresivitas pajak di dunia usaha (*Laporan World Bank 2023*). Agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menekan beban pajak melalui strategi perencanaan pajak yang bersifat agresif, baik yang masih berada dalam batas ketentuan hukum maupun melanggar peraturan perpajakan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Praktik ini dilakukan dengan memanfaatkan celah dan ketidaksempurnaan dalam sistem perpajakan, sehingga perusahaan dapat mengurangi laba kena pajak tanpa secara langsung melanggar ketentuan yang berlaku, meskipun dari sisi etika tindakan tersebut masih menjadi perdebatan (klikpajak.id).

Fenomena agresivitas pajak menjadi isu yang relevan dalam praktik perpajakan di Indonesia. Salah satu kasus terbaru terjadi pada tahun 2024 yaitu PT Purbalaksana Jaya Mandiri (PJM), yang terbukti menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tidak benar sehingga menimbulkan pajak terutang sebesar Rp 46,78 miliar, dengan pidana denda mencapai Rp 93,56 miliar dan penyitaan uang senilai Rp 12 miliar oleh Kejaksaan Tinggi DIY (www.pajak.go.id). Selain itu, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk juga pernah terlibat sengketa pajak, di mana Mahkamah Agung melalui putusan PK Nomor 2666/B/PK/Pjk/2020 menetapkan bahwa perusahaan wajib membayar kekurangan pajak senilai Rp 23,944 miliar terkait pembayaran PPh Pasal 26 atas bunga atau royalti ke pihak luar negeri, karena perusahaan mencoba meminimalkan kewajiban pajak melalui perhitungan yang tidak sesuai ketentuan (Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2020).

Fenomena agresivitas pajak merupakan hal yang penting karena berdampak secara langsung pada berkurangnya potensi penerimaan negara yang seharusnya dapat digunakan untuk mendukung pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian terkait agresivitas pajak perlu dilakukan untuk mengidentifikasi faktor faktor yang mendorong perusahaan melakukan praktik tersebut, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap upaya peningkatan kepatuhan dan efektivitas kebijakan perpajakan di Indonesia. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, diantaranya *capital intensity*, *leverage*, profitabilitas, *sales growth*, dan ukuran perusahaan.

Capital intensity atau intensitas modal merupakan investasi perusahaan pada aset tetap, dimana aset tetap ini digunakan perusahaan untuk memproduksi dan mendapatkan laba. Semakin besar jumlah investasi terhadap aset tetap, maka semakin besar pula beban depresiasi atau penyusutan yang ditanggung setiap periode akuntansi. Beban penyusutan ini yang akan digunakan perusahaan untuk meminimalisir jumlah pajak yang harus dibayarkan, karena beban penyusutan merupakan biaya yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan (Jasmine, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Margaretha *et al.* (2021) dan penelitian oleh Hindayati *et al.* (2024) menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan dalam penelitian Adiputri dan Erlinawati (2021) menyatakan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Faktor lain yang mempengaruhi agresivitas pajak yaitu *leverage*. *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana pendaan perusahaan berasal dari utang. Apabila perusahaan terlalu banyak menggunakan utang untuk kegiatan perusahaan, hal itu dapat berdampak buruk ketika kondisi *leverage* sudah masuk dalam kategori *leverage* ekstrem akibat dari hal ini perusahaan akan kesulitan membayar kewajibannya. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mengatur seberapa banyak utang yang aman agar tetap mampu melunasi utang tersebut tanpa mengganggu keuangannya dan

kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik (Prasetyo & Wulandari, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muliastuti dan Hidayat (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Soelistiono dan Adi (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mendorong adanya kegiatan agresivitas pajak oleh perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan. Hal tersebut terjadi karena laba menjadi dasar perhitungan pajak, perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak guna menekan beban pajak yang harus dibayar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldhiov *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Matanari (2022) menyatakan hasil bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor lain yang berkaitan dengan agresivitas pajak yaitu *sales growth*, dimana *sales growth* mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan di masa lalu yang dapat digunakan sebagai indikator untuk memprediksi pertumbuhan penjualan di masa depan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin besar pula volume penjualan yang dicapai perusahaan. Peningkatan volume penjualan tersebut akan berdampak pada naiknya laba perusahaan, yang pada akhirnya menyebabkan beban pajak yang harus dibayar menjadi lebih besar. Kondisi ini dapat mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak guna menekan beban pajak dan mempertahankan tingkat laba yang diinginkan (Rosadani & Wulandari, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriyadi dan Syahputra (2024) menunjukkan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak,

sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2022) menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Selain empat faktor diatas, ukuran perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adanya agresivitas pajak. Ukuran perusahaan merupakan skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, total penjualan, maupun nilai pasar yang dimilikinya. Ukuran ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada untuk menghasilkan laba, menjalankan aktivitas operasional, serta memenuhi kewajiban keuangannya (Rosadani & Wulandari, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Rohmansyah *et al.* (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian tersebut tidak sejalan dengan temuan Hulu dan Hanah (2024) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Peneliti memilih untuk menggunakan perusahaan *consumer non-cyclicals* karena perusahaan ini menyediakan kebutuhan dasar manusia dan performa bisnisnya relatif stabil, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh perubahan musim atau fluktuasi kondisi perekonomian. Hal tersebut dibuktikan dari kontribusinya yang signifikan terhadap penerimaan pajak nasional. Per November tahun 2024, sektor ini menyumbang sekitar 25,4% atau Rp 411,74 triliun dari total penerimaan pajak, menegaskan peranannya yang sangat penting bagi fiskal negara. Tingginya kontribusi ini menjadikan perusahaan-perusahaan dalam industri pengolahan sebagai objek penelitian yang relevan untuk memahami praktik agresivitas pajak, karena keputusan perpajakan perusahaan tersebut memiliki dampak nyata terhadap penerimaan negara. Selain itu, data keuangan dan perpajakan perusahaan ini relatif mudah diakses dan terdokumentasi dengan baik (klikpajak.id). Adapun pemilihan rentan waktu penelitian dari tahun 2021-2024 diharapkan dapat memberikan situasi terkini tentang kondisi perpajakan di perusahaan *Consumer Non-Cyclicals*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Rohmansyah *et al.* (2021) yang berjudul “*Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017*”. Adapun pembaharuan yang dilakukan peneliti yaitu dengan menambahkan variabel baru *capital intensity* dan *sales growth* yang berpotensi memengaruhi strategi agresivitas pajak. Selain itu, perbedaan objek penelitian juga menjadi pembeda, di mana penelitian ini akan difokuskan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Berdasarkan hal tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Capital Intensity*, *Leverage*, *Profitabilitas*, *Sales Growth* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?
3. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?
4. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?

5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?
6. Apakah *capital intensity* , *leverage*, profitabilitas, *sales growth* dan ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
2. Untuk menganalisis apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
3. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
4. Untuk menganalisis apakah *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
5. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
6. Untuk menganalisis apakah *capital intensity* , *leverage*, profitabilitas, *sales growth*, dan ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak, serta menjadi referensi empiris dalam pengembangan kajian akuntansi perpajakan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan bisa menjadikan ini sebagai sarana untuk menambah pemahaman dan pengetahuan terutama di bidang perpajakan.

1.4.2.2 Bagi Perusahaan

Memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mendorong agresivitas pajak sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi perusahaan dapat merumuskan strategi pajak yang lebih efisien tetapi tetap patuh pada regulasi yang ada.

1.4.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian sejenis dengan variabel, periode, atau objek yang berbeda.