

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini banyak persaingan yang cukup keras, mulai dari unit terkecil produsen hingga distributor. Perusahaan berlomba-lomba untuk terus membuat usahanya semakin maju, sehingga banyak praktik bisnis yang tidak sehat muncul karena ingin memaksimalkan laba yang didapatkan seperti monopoli perusahaan. Pajak bermanfaat positif bagi negara, tetapi hal ini sangat berlawanan bagi perusahaan yang sebagai wajib pajak. Setiap perusahaan memiliki peran sebagai wajib pajak badan yang wajib membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Perusahaan mengkategorikan pajak sebagai beban karena pajak tersebut akan mengurangi laba bersih yang diterima oleh perusahaan (Janice & Sjrief, 2022).

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar negara yang berasal dari total besarnya penerimaan negara dan dari tahun ke tahun dan selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan (Nasution, 2019). Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, realisasi pendapatan negara tertinggi masih diduduki oleh penerimaan pajak. Dalam lima tahun terakhir mulai tahun 2018 sampai 2022 penerimaan pajak selalu naik meskipun pada tahun 2020 terjadi

penurunan yang cukup tajam karena adanya wabah pandemi Covid-19 yang menyebabkan semua sektor mengalami penurunan termasuk sektor ekonomi.

Tabel 1. 1 Realisasi Penerimaan Pajak
(Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik)

Tahun	Jumlah (dalam miliar rupiah)	Persentase Kenaikan
2018	1.518.789,8	2%
2019	1.546.141,9	
2019	1.546.141,9	-17%
2020	1.285.136,3	
2020	1.285.136,3	20%
2021	1.547.841,1	
2021	1.547.841,1	31%
2022	2.034.552,5	

Pada tahun 2019 realisasi penerimaan pajak mengalami peningkatan dari tahun 2018 karena adanya tren positif peningkatan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi setelah pelaporan SPT Tahunan, tetapi pada 2020 realisasi penerimaan pajak mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2019 karena adanya pandemi Covid-19. Pada tahun 2021 realisasi penerimaan pajak kembali mengalami peningkatan yang cukup tinggi karena adanya reformasi perpajakan untuk menguatkan ekonomi negara pasca Pandemi Covid-19. Tahun 2022 realisasi penerimaan pajak mengalami peningkatan kembali karena tren penerimaan

perpajakan telah kembali pada level prapandemi seiring pemulihan ekonomi, tingginya harga komoditas, dan reformasi perpajakan.

Sumber penerimaan pajak bagi pemerintah ini menjadi perhatian yang sangat penting. Pajak bagi perusahaan pengurang keuntungan yang didapat oleh perusahaan (Mappadang, 2021). Berdasarkan fenomena tersebut, perusahaan melakukan berbagai cara agar beban pajak yang dibayarkan menjadi berkurang dengan cara yang agresif atau yang disebut agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi kewajiban membayar pajak, baik secara legal maupun ilegal. Tidak semua perusahaan yang melakukan perencanaan pajak dianggap melakukan agresivitas pajak. Beberapa perusahaan biasanya memanfaatkan celah yang masih sejalan dengan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia (Fitriya, 2020). Pemerintah berharap apabila perusahaan ingin melakukan agresivitas pajak dengan mengurangi pendapatan kena pajak, maka harus melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Agresivitas pajak ini menimbulkan banyak kerugian yang dialami pemerintah. Salah satu kasus agresivitas pajak pernah terjadi di PT Coca-Cola Indonesia (CCI). Kasus ini terjadi pada tahun pajak 2002, 2003, 2004, dan 2006. Hasil yang didapat Direktorat Jenderal Pajak (DJP), ditemukan ada pembengkakan biaya yang besar. PT CCI mengakali pajak yang menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Menurut DJP, total penghasilan kena

pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar, sedangkan perhitungan CCI hanyalah sebesar Rp 492,59 miliar. Berdasarkan data yang diperoleh dari penyelidikan yang sudah dilakukan, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan CCI sebesar Rp 49,24 miliar (Kompas.com, 2014)

Pada tahun 2013 juga terjadi kembali praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Awal mulanya berawal dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan pemekaran usaha yaitu mendirikan perusahaan baru, serta mengalihkan aktiva, passive, hingga operasional pabrik mie instan dan bumbu kepada PT Indofood CBP Sukses Makmu Tbk (ICBP). Berdasarkan tindakan yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur tersebut tergolong penghindaran pajak, sehingga Direktorat Jenderal Pajak menetapkan keputusan bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk tetap dikenakan pajak terutang sebesar Rp 1,3 miliar (Greynews.com, 2013).

Kasus tindakan agresivitas pajak banyak dilakukan di Indonesia. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat agresivitas pajak pada perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian ini menghasilkan temuan yang beragam terkait agresivitas pajak. Agresivitas juga dapat dipengaruhi diantaranya yaitu *capital intensity* oleh (Firmansyah et al., 2021) dengan hasil penelitian bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Penelitian dengan variabel berbeda yaitu manajemen laba oleh (Rianto & Sunandar, 2021) dengan hasil bahwa

manajemen laba berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Variabel selanjutnya yaitu menggunakan *leverage* oleh (Manurung et al., 2022) yang menghasilkan penelitian bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Agresivitas pajak yang dilakukan secara legal tetap saja menjadi permasalahan bagi negara. Dampak dari suatu wajib pajak yang tidak melakukan kewajibannya membayar pajak bisa menyebabkan kerugian yang bisa berdampak pada ketimpangan dan pembangunan negara, dimana pajak merupakan penghasilan utama bagi negara. Semakin baik pertumbuhan pada suatu perusahaan, semakin besar juga jumlah pajak yang wajib dibayarkan oleh perusahaan. Selain faktor diatas, agresivitas pajak juga dapat dipengaruhi oleh *sales growth* dan *firm size*. Salah satu indikator suatu perusahaan untuk mengevaluasi performa bisnisnya yaitu dilihat melalui *sales growth*. Kesuksesan perusahaan bisa dilihat dalam strategi penjualan dan pemasarannya dengan pertumbuhan yang bernilai positif, serta adanya dorongan untuk pertumbuhan dan pengembangan kedepannya yang lebih baik lagi. Dalam lingkup bisnis, untuk mencapai keunggulan kompetitif serta pencapaian tujuan jangka panjang, merupakan suatu kunci pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan (Koneksi, 2023).

Sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan selisih perubahan jumlah penjumlahan dalam setiap periode (Manurung et al., 2022). Pada hasil penelitian yang sudah dilakukan (Rianto & Sunandar, 2021) *Sales growth*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Janice & Sjrief, 2022) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun, berdasarkan hasil penelitian (Manurung et al., 2022) yaitu *sales growth* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil penelitian (Waladi & Prastiwi, 2022) juga hasil yang didapat bahwa *sales growth* memiliki pengaruh kearah negative terhadap agresivitas pajak. Semakin baik pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dalam suatu perusahaan bisa menjadikan acuan seorang investor dalam menilai kinerja dari suatu perusahaan tersebut.

Faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak yang lain yaitu *firm size*. *Firm size* atau ukuran perusahaan merupakan skala yang bisa menjadi penentu besar kecilnya suatu perusahaan yang bisa dilihat dari nilai total aset. Semakin besar nilai total aset, perusahaan tersebut digolongkan kedalam ukuran yang besar karena lebih mampu untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil (Rahmadani et al., 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Wardani & Puspitasari, 2022) *firm size* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ningrum et al., 2021) didapatkan hasil *firm size* secara parsial berpengaruh negative dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan yaitu skala yang bisa dijadikan untuk penentu dalam menganalisis besar kecilnya suatu perusahaan yang bisa dihitung dari nilai total asetnya. Suatu perusahaan bisa digolongkan kedalam

ukuran yang besar merupakan perusahaan yang memiliki total aset yang besar, karena dengan memiliki aset yang besar perusahaan lebih mampu dalam menghasilkan laba jika dibandingkan dengan skala perusahaan dengan total aset yang cenderung lebih kecil (Laeliya, 2022). Semakin besar laba yang didapatkan suatu perusahaan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi juga tingkat agresivitas pajak yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Berbagai hasil penelitian tentang pengaruh *sales growth* dan *firm size* terhadap agresivitas pajak memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam penelitian perpajakan. Namun, penelitian tersebut cenderung menghasilkan temuan yang beragam. Hal ini dapat terjadi karena penelitian tersebut mengabaikan keberadaan variabel lain terutama variabel moderating. Variabel ini dipandang penting karena diyakini dapat memoderasi hubungan variabel *sales growth* dan *firm size* dengan agresivitas pajak. Berdasarkan argumen tersebut, penelitian ini memasukkan *audit committee* sebagai variabel moderating.

Audit committee merupakan komite yang dibentuk oleh seorang dewan komisaris yang mempunyai tugas bertanggung jawab membantu melaksanakan fungsi dari dewan komisaris yang bertindak secara independen dalam menjalankannya (Christy, 2019). Dalam kondisi tersebut menyatakan bahwa adanya anggota komite audit dalam sebuah perusahaan tidak melakukan pengawasan internal terhadap pelaporan keuangan yang ada pada perusahaan, sehingga *audit committee* tidak dapat meminimalisir terjadinya agresivitas pajak

(Kandaka & Pratiwi, 2017). Berdasarkan hasil penelitian (Alafiah et al., 2022) bahwasannya *audit committee* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun, berdasarkan hasil penelitian (Suripto, 2022) bahwa *audit committee* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian (Kandaka & Pratiwi, 2017) juga menemukan hasil yaitu *audit committee* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. *Audit committee* berpengaruh terhadap agresivitas pajak karena adanya pengawasan terhadap internal dari perusahaan tersebut, sehingga bisa meminimalisir adanya tindakan agresivitas pajak.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa efek Indonesia tahun 2023 saat ini ada dua puluh empat perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Saat ini bisnis atau perusahaan di industri barang konsumsi makanan dan minuman terus menunjukkan perkembangannya. Di mana, tren ini membuat banyak pengusaha beralih membuka bisnis kuliner dan ikut bersaing di tengah banyaknya persaingan. Banyak juga dari mereka yang berlomba-lomba mengembangkan bisnisnya. Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita (2023) mengatakan sektor manufaktur masih konsisten menjadi sumber utama bagi pembentuk struktur produk domestik bruto nasional (PDB) nasional sepanjang tiga bulan pertama pada tahun ini, yang mencapai 5,03 persen. Sektor industri manufaktur tetap sebagai kontributor paling besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional (H. P. Sari & Djumena, 2023)

Berdasarkan studi penelitian di atas yang mengkaji tentang *audit committee*, *sales growth*, dan *firm size* menghasilkan beberapa temuan yang tidak konsisten. Ada kajian studi yang menghasilkan bahwasannya variabel tersebut memiliki dampak yang besar terhadap agresivitas pajak, ada yang berdampak tetapi tidak signifikan serta tidak memiliki dampak yang berarti terhadap agresivitas pajak. Perbedaan studi penelitian ini dengan studi (Rosadani & Wulandari, 2022) terletak pada variabel dependennya, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel *capital intensity*, *firm size*, dan *sales growth*. Pada penelitian yang akan saya lakukan ini menggunakan terdapat penambahan satu variabel yaitu *firm size*, *sales growth*, dan *audit committee* sebagai variabel moderasi. dengan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menjadi populasi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, studi ini akan mengkaji tentang “Pengaruh *firm size* dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak dengan *audit committee* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman” dalam tiga tahun terakhir yaitu mulai periode 2020 sampai 2022.

1.2 Rumusan Masalah

Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar pajak setiap tahunnya. Manajemen perusahaan menghitung sendiri jumlah besaran pajak yang akan dibayar, hal ini membuat perusahaan pajak bisa meminimalisir besarnya pajak yang akan dibayar. Dilaporkan mulai tahun 2021 tren penghindaran pajak di

Indonesia meningkat. Pada tahun 2021 dilakukan revisi kebijakan pada Pajak Penghasilan serta Pajak Pertambahan Nilai yang sesuai dengan Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yang timbul karena meningkatnya jumlah tren praktik penghindaran pajak. Dengan adanya situasi tersebut, pemerintah merevisi ketentuan Undang-Undang Pajak Penghasilan mengenai Natura dalam RUU KUP. Pemberian natura tersebut akan menjadi penghasilan bagi penerimanya dan menjadi biaya bagi pemberi kerja. Pemerintah juga menambah lapisan pada PPh, dari yang awalnya empat menjadi lima lapisan dengan tarif baru sebesar 35% untuk penghasilan diatas lima miliar rupiah (Ardianto & Pangastuti, 2021).

Faktor yang bisa mempengaruhi tingginya rendahnya agresivitas pajak pada perusahaan disebabkan banyak hal, antara lain *sales growth*, *firm size*, maupun *audit committee*. Penelitian yang dilakukan (Rianto & Sunandar, 2021) menghasilkan temuan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Waladi & Prastiwi, 2022) menghasilkan temuan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. (Ardianto & Pangastuti, 2021). Penelitian (Ningrum et al., 2021) juga menghasilkan bahasanya *firm size* berpengaruh negative signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan penelitian (Devi et al., 2016) juga menghasilkan temuan bahwasannya *audit committee* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan latar belakang yang sudah di jelaskan pada sub bab sebelumnya, dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah *Audit Committee* memoderasi pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak?
4. Apakah *Audit Committee* memoderasi pengaruh *firm size* terhadap agresivitas pajak?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Mengkaji pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Mengkaji pengaruh *firm size* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Mengkaji pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak dengan *audit committee* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Mengkaji pengaruh *firm size* agresivitas pajak dengan *audit committee* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.3.2 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan hasil berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis sehingga memberikan informasi penelitian yang baru dan berguna bagi kelangsungan wawasan dan kepustakaan, diantaranya :

Manfaat teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baru terkait pengaruh *audit committe*, *sales growth*, dan *firm size* terhadap perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya dalam mengkaji tentang pengaruh *audit committe*, *sales growth*, dan *firm size* terhadap perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Manfaat Praktis

1. Dengan mengkaji tentang statistik perusahaan yang sudah tercatat di BEI, studi penelitian ini memberikan pengetahuan yang lebih dalam dan kemampuan analisis terhadap agresivitas di perusahaan
2. Menambahkan referensi kepustakaan sebagai dasar pemikiran penelitian relevan yang terbaru di masa mendatang.

1.3.3 Sistematika Penulisan

Skripsi ini diuraikan menjadi lima bab yang setiap babnya disusun untuk menunjukkan keterkaitan satu sama lain, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi latar belakang masalah yang meliputi fenomena, isus, terkini, gambaran penelitian terdahulu terkait dengan masalah yang diteliti oleh penulis. Kemudian dilanjutkan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini yaitu sebagai dasar berpijak dalam menganalisis permasalahan yang ada. berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian, paparan dari penelitian terdahulu atau yang sudah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini mencakup variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data metode analisis.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bagian ini berisi analisis hasil penelitian mengenai kesehatan perusahaan dan potensi kebangkrutan yang mungkin terjadi pada perusahaan, hasil pengolahan data disajikan baik secara verbal dengan kata-kata dan secara matematis dalam bentuk angka-angka.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini yaitu penutup, berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, dan saran yang diberikan pada pihak yang memerlukan.