

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pajak merupakan salah satu instrumen utama dalam penerimaan negara yang dimanfaatkan pemerintah untuk membiayai pembangunan nasional secara berkelanjutan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat (Novarina *et al.*, 2022). Di Indonesia, pajak menjadi kontributor terbesar dalam pendapatan negara, dimana wajib pajak pribadi maupun badan keduanya diwajibkan untuk membayar pajak (Apriliana, 2022). Perusahaan sebagai wajib pajak badan memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggungjawab perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yaitu dengan menghitung jumlah pajak berdasarkan tarif pajak yang telah ditetapkan dikalikan dengan laba bersih sebelum pajak (Nugraha & Meiranto, 2015). Namun, terdapat perbedaan sudut pandang antara negara dan perusahaan dalam memaknai pajak, dimana perusahaan menganggap pajak sebagai beban yang akan mengurangi laba, sedangkan bagi negara pajak dipandang sebagai sumber pendapatan (Yunawati, 2021). Perbedaan pandangan ini menimbulkan konflik kepentingan, dimana otoritas pajak menginginkan penerimaan pajak dalam jumlah besar sementara perusahaan menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin (Malau, 2021).

Salah satu strategi perusahaan dalam upaya memaksimalkan laba adalah dengan menekan segala jenis biaya, termasuk pajak (Indradi, 2018). Strategi ini sejalan dengan tujuan utama pendirian perusahaan, yaitu

meningkatkan kesejahteraan *stakeholder* melalui perolehan laba yang optimal (Leonardo *et al.*, 2023). Pajak sering dipandang sebagai beban tambahan yang berpotensi mengurangi laba yang diperoleh perusahaan (Indradi, 2018). Kepatuhan terhadap kewajiban pajak sesuai peraturan seringkali berseberangan dengan tujuan utama perusahaan untuk memaksimalkan laba. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk meminimalkan beban pajaknya melalui berbagai strategi, seperti melakukan perencanaan pajak maupun praktik agresivitas pajak (Nugraha & Meiranto, 2015). Fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung enggan membayar pajak karena merasa tidak mendapatkan manfaat langsung yang sebanding dengan jumlah yang telah dibayarkan (Putri & Lautania, 2016).

Agresivitas pajak merupakan suatu bentuk perencanaan pajak (*tax planning*) yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk menurunkan besarnya laba kena pajak (Prasetya & Hariyono, 2023). Sasana *et al.* (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa praktik agresivitas pajak dapat dilakukan melalui berbagai cara, termasuk penghindaran pajak (*tax avoidance*) maupun penggelapan pajak (*tax evasion*). Sementara itu, menurut Amah *et al.* (2022), agresivitas pajak dalam bentuk penghindaran pajak dapat dilakukan dengan memanfaatkan celah-celah dalam peraturan perpajakan.

Beberapa kasus praktik agresif penghindaran pajak kerap terjadi secara global. Salah satunya melibatkan IKEA yang merupakan perusahaan ritel yang berbasis di Swedia. IKEA dilaporkan menghindari pajak senilai lebih dari 1 Triliun Euro atau setara dengan Rp 14.900 Triliun selama periode

2009 hingga 2014 (Novarina *et al.*, 2022). Kasus penghindaran pajak lain pernah dilakukan oleh PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Pada tahun 2014, PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia menggunakan skema *transfer pricing* untuk menghindari pembayaran pajak. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia menjual produk mereka dengan harga rendah kepada PT Toyota Asia Pasifik Singapura, yang diketahui memiliki tarif pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan Indonesia (Sinambela & Nuraini, 2021). Selain itu bentuk penghindaran pajak dengan memanfaatkan *leverage* pernah dilakukan oleh PT Waskita Karya Tbk. Pada tahun 2018, PT Waskita Karya Tbk melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan *leverage* tinggi, yaitu menggunakan dana pinjaman yang menimbulkan biaya bunga, sehingga dapat mengurangi laba sebelum pajak dan menurunkan beban pajak yang harus dibayar (Yusuf & Maryam, 2022).

Mengingat maraknya praktik penghindaran pajak yang dilakukan secara agresif, diperlukan suatu indikator yang mampu mengukur sejauh mana perusahaan terlibat dalam praktik tersebut. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu perusahaan terlibat dalam praktik agresivitas pajak adalah dengan menggunakan pengukuran *Effective Tax Rate* (Putri & Andriyani, 2020). *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan rasio antara jumlah pajak yang benar-benar dibayarkan oleh perusahaan dengan laba sebelum pajak menurut laporan keuangan komersial (Sjahril *et al.*, 2020). ETR merepresentasikan jumlah beban pajak yang diperoleh dari hasil perkalian antara dasar pengenaan pajak dengan tarif pajak

yang berlaku (Putri & Lautania, 2016). Penggunaan ETR sebagai proksi dianggap dapat menunjukkan adanya aktivitas agresif dalam pengelolaan pajak, terutama jika nilai ETR perusahaan sangat rendah atau mendekati nol (Leksono *et al.*, 2019).

Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan indikasi kasus praktik agresivitas pajak pada sejumlah perusahaan sektor barang konsumen non-primer di Indonesia, yang diukur menggunakan nilai ETR:

**Tabel 1.1**  
**Kasus Agresivitas Pajak**

No	Nama Perusahaan	Tahun	Beban Pph (Rp)	Laba Sebelum Pajak (Rp)	ETR
1	PT Supra Boga Lestari Tbk (RANC)	2020	17.565.454.500	94.284.369.099	19%
2	PT Kurniamitra Duta Sentosa Tbk (KMDS)	2021	8.446.850.720	71.638.654.568	12%
3	PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN)	2022	537.671.000.000	2.781.845.000.000	19%
4	PT Caturkarda Depo Bangunan (DEPO)	2023	18.185.518.780	103.832.001.622	18%
5	PT Jakarta Setiabudi Internasional Tbk (JSPT)	2024	27.509.019.000	337.924.127.000	8%

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa nilai ETR beberapa perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer di Indonesia berada di bawah tarif pajak penghasilan badan yang berlaku, yaitu sebesar 22% sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Berdasarkan tabel 1.1, diketahui bahwa PT Jakarta Setiabudi Internasional Tbk (JSPT) pada tahun 2024 hanya mencatatkan nilai ETR sebesar 8%, sementara PT Kurniamitra Duta Sentosa Tbk (KMDS) pada tahun 2021 mencatatkan nilai ETR sebesar 12%. Kondisi nilai ETR yang jauh

di bawah tarif pajak penghasilan badan yang berlaku ini menunjukkan adanya indikasi praktik agresivitas pajak yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Fenomena ini menggambarkan bagaimana perusahaan berupaya secara signifikan menekan beban pajak yang harus dibayarkan, yang dapat berdampak negatif pada penerimaan pajak negara.

Penelitian oleh Jafar & Diana (2020) menyatakan bahwa perusahaan dapat dikategorikan melakukan strategi pajak agresif apabila nilai ETR yang dimiliki berada di bawah tarif pajak penghasilan badan yang berlaku. Semakin rendah nilai ETR suatu perusahaan, semakin kuat indikasi bahwa perusahaan tersebut melakukan praktik agresivitas pajak (Indradi, 2018). Hal ini sejalan dengan pernyataan Rengganis & Putri (2018) yang menyebutkan bahwa rendahnya nilai ETR menunjukkan beban pajak yang ditanggung perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan laba sebelum pajak, sehingga mengindikasikan kemungkinan perusahaan tidak membayar pajak sesuai dengan yang semestinya.

Agresivitas pajak suatu perusahaan dapat diukur melalui salah satu indikator keuangan, yaitu profitabilitas (Sidik & Suhono, 2020). Profitabilitas, menurut Kasmir (2021:198), merupakan alat ukur yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan. Rasio ini juga mencerminkan seberapa efektif kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan, dimana efektivitas tersebut dapat terlihat dari besarnya laba yang diperoleh perusahaan melalui penjualan maupun pendapatan dari investasi. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur

menggunakan *Return On Assets* (ROA). Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan yang sekaligus mencerminkan kinerja dan kualitas pengelolaan aset perusahaan yang semakin baik (Dinar *et al.*, 2020).

Leksono *et al.* (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan erat dengan tingkat profitabilitas yang dicapai. Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi *et al.* (2024), Maulana (2020), Herlinda & Rahmawati (2021) dan Tjahyadi & Marpaung (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian Maulana (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang memperoleh laba dalam jumlah besar cenderung lebih agresif dalam menjalankan strategi penghindaran pajak. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Sidik & Suhono (2020) dan Harsono & Alvin (2021) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Di sisi lain, hasil penelitian yang dilakukan oleh Jafar & Diana (2020), Apriliana (2022) dan Waladi & Prastiwi (2022) menunjukkan temuan yang berbeda, yakni profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

*Leverage* juga dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk mengukur seberapa tinggi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan (Sidik & Suhono, 2020). *Leverage* atau penggunaan utang dalam membiayai operasional perusahaan dapat dimanfaatkan perusahaan untuk melakukan praktik agresivitas pajak (Leonardo *et al.*, 2023). *Leverage* merupakan

indikator yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba dengan memanfaatkan dana yang memiliki biaya tetap. Semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar proporsi pendanaan aset perusahaan yang berasal dari utang (Fitria & Asmarani, 2021). Tingginya sumber pendanaan dari utang menyebabkan meningkatnya beban bunga yang harus ditanggung perusahaan, yang pada akhirnya akan menekan laba perusahaan sehingga penurunan laba tersebut berpengaruh pada berkurangnya beban pajak. Melalui cara tersebut perusahaan memanfaatkan tingkat *leverage* sebagai sarana untuk menurunkan beban pajak (Sidik & Suhono, 2020).

Hasil penelitian Karlina (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Tingkat *leverage* yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayarkan, dimana semakin tinggi *leverage*, maka potensi pengurangan beban pajak juga semakin besar. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Herlinda & Rahmawati (2021) mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang membiayai operasionalnya melalui utang akan menanggung beban bunga yang dapat digunakan sebagai pengurang pajak, sehingga mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Tjahyadi & Marpaung (2024), dan Malau (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Ramdhania & Kinasih (2021), Putri & Hanif (2020), Awaliyah *et al.* (2021), serta Harsono & Alvin (2021) menunjukkan bahwa *leverage* justru memiliki

pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Adapun hasil berbeda juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Leonardo *et al.* (2023), Sidik & Suhono (2020), serta Alvin & Susanto (2022) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Sebagai bentuk pembaruan, penelitian ini menambahkan variabel kontrol berupa umur perusahaan dan kualitas audit yang masih jarang digunakan dalam penelitian sebelumnya dengan topik yang serupa. Variabel kontrol, menurut Sugiyono (2022:102), merupakan variabel yang dijaga tetap atau dikendalikan selama penelitian, agar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor lain diluar topik yang diteliti. Sejalan dengan hal tersebut, Nielsen & Raswant (2018) dalam Memon *et al.* (2024) menyatakan bahwa variabel kontrol membantu peneliti memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat karena berfungsi untuk mempertimbangkan dan mengendalikan pengaruh dari faktor-faktor lain yang mungkin turut mempengaruhi hubungan antara variabel utama dalam penelitian. Oleh sebab itu, penggunaan variabel kontrol dianggap penting agar penelitian dapat menghasilkan temuan yang valid, berkualitas serta memberikan kontribusi nyata baik secara teoritis maupun praktis. Dalam konteks penelitian ini, umur perusahaan digunakan untuk mengontrol tingkat pengalaman dalam pengelolaan pajak, sedangkan kualitas audit digunakan untuk melihat sejauh mana independensi dan akurasi laporan keuangan perusahaan mempengaruhi agresivitas pajak.

Urgensi penelitian ini didorong oleh masih maraknya praktik agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan melalui penghindaran pajak yang berdampak pada berkurangnya penerimaan negara. Laporan *The State of Tax Justice* 2021 mencatat bahwa praktik ini menyebabkan kerugian penerimaan pajak secara global mencapai USD 312 miliar per tahun, dimana Indonesia termasuk salah satu negara yang terdampak. Kondisi ini menunjukkan bahwa penting untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak, seperti profitabilitas dan *leverage*, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pajak perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, masih ditemukannya kesenjangan penelitian (*research gap*) pada penelitian terdahulu, serta dengan adanya urgensi permasalahan agresivitas pajak yang terus terjadi, memotivasi peneliti untuk melakukan kajian lanjutan mengenai pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengintegrasikan temuan-temuan dari studi sebelumnya dan menguji kembali apakah terdapat pengaruh yang konsisten antara profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Dengan dasar tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Primer yang Terdaftar di BEI”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan barang konsumen non-primer yang terdaftar di BEI?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan barang konsumen non-primer yang terdaftar di BEI?

## **C. Batasan Penelitian**

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini hanya difokuskan pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan tahun 2020 sampai dengan 2024. Penelitian ini hanya menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang tersedia secara publik di situs resmi Bursa Efek Indonesia dan sumber relevan lainnya. Dengan berbagai batasan ini, diharapkan hasil penelitian dapat lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan barang konsumen non-primer yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan barang konsumen non-primer yang terdaftar di BEI.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan literatur di bidang akuntansi perpajakan, khususnya mengenai hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa di masa mendatang.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Memberikan gambaran mengenai bagaimana tingkat profitabilitas dan struktur modal (*leverage*) dapat memengaruhi keputusan dalam melakukan pengelolaan pajak, sehingga perusahaan dapat lebih berhati-hati dalam merancang strategi pajaknya.

#### b. Bagi Investor dan Pihak Berkepentingan

Memberikan informasi tambahan mengenai perilaku pajak perusahaan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, terutama dalam melihat manajemen keuangan dan kepatuhan pajak perusahaan.

#### c. Bagi Otoritas Pajak

Memberikan masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam mengidentifikasi karakteristik perusahaan yang berpotensi melakukan agresivitas pajak, sehingga pengawasan dan kebijakan dapat lebih tepat sasaran.