

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah Indonesia tengah gencar melakukan pembangunan disegala bidang untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari pembangunan infrastruktur yang telah dilakukan, seperti pembangunan jalan tol trans-Sumatera, Moda Raya Terpadu (MRT), dan beberapa infrastruktur lain yang coba dilakukan secara merata dengan melakukan pembangunan sampai ke luar pulau Jawa. Pembangunan-pembangunan terus dilakukan guna menstimulasi pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui pemerataan distribusi logistik ke seluruh penjuru Indonesia. Dengan adanya infrastruktur yang memadai, kegiatan distribusi logistik yang meningkat akan berimbas pada peningkatan kegiatan ekonomi. Hal tersebut dikarenakan distribusi logistik merupakan salah satu motor penggerak dalam kegiatan ekonomi.

Pembangunan yang kian massif dilakukan oleh pemerintah tentunya membutuhkan dana yang tidak sedikit. Pendanaan untuk pembangunan yang terus dilakukan pemerintah sebagian besar dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Sebagian besar pendapatan yang tercatat di APBN didominasi oleh pendapatan Negara dari pajak. Oleh karena itu, pemerintah menentukan target pajak dengan tujuan untuk menggenjot pendapatan pajak setiap tahunnya mengingat pajak merupakan elemen utama dalam pendapatan Negara.

Pada laman Kemenkeu.go.id terkait publikasi APBN untuk tahun 2017, 2018, dan 2019, terlihat bahwa pendapatan negara untuk menyokong belanja Negara didominasi oleh pendapatan dalam negeri yang berasal dari pajak, yang mana pada tahun 2017 sebesar 85.6%, pada tahun 2018 sebesar 85.40%, dan pada tahun 2019 sebesar 82.51%. Fakta tersebut membuktikan bahwa pajak merupakan instrumen penting dalam pendapatan negara untuk

mendorong pembangunan Indonesia.

Namun dengan sistem yang sudah ada, pemungutan pajak menjadi hal yang sulit diterapkan, karena kondisi tersebut pemerintah terus mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang dapat memaksimalkan pendapatan pajak melalui stimulasi agar kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan kewajibannya meningkat. Melalui Undang-Undang (UU) Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 1, pajak didefinisikan sebagai kontribusi yang bersifat wajib kepada negara yang terutang oleh perorangan atau badan dengan sifatnya yang memaksa, serta tidak mendapat imbalan langsung. Di Indonesia pemungutan pajak dilakukan dengan tiga system, yaitu *Withholding Assessment System*, *Official Assessment System*, dan *Self Assessment System*. Penerimaan pajak yang berasal dari wajib pajak yang berbentuk badan usaha/ perusahaan menggunakan *Self Assessment System*. Sistem tersebut membebankan perhitungan jumlah pajak yang perlu dibayarkan kepada wajib pajak yang bersangkutan, dalam artian wajib pajak menentukan jumlah kewajibannya, membayar dan melaporkan secara mandiri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Sistem ini menjadi celah dalam pemungutan pajak karena memberikan peluang wajib pajak untuk mangkirdalam membayarkan pajaknya.

Kepatuhan warga pajak disuatu Negara dapat dilihat melalui tingkat *Tax Ratio* Negara tersebut. *Tax ratio* ialah rasio perhitungan total penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di sebuah negara, angka tax ratio menginterpretasikan tingkat kepatuhan wajib pajak dan kemampuan administrasi pajak untuk memungut pajak wajib pajak.

Tabel 1. *Tax Ratio* Indonesia tahun 2015 s.d. 2019

<i>Tax Ratio</i>	2015	2016	2017	2018	2019
Pajak Pusat : PDB (dalam persentase)	11.6%	10.89%	10.7%	11.5%	10,7%

Sumber : *pajak.go.id*

Dari data diatas, diketahui bahwa *tax ratio* cenderung menurun lima tahun terakhir, walaupun ada kenaikan di tahun 2018 sebesar 0.8% yang

disebabkan oleh meningkatnya kemampuan memungut pajak yang merupakan hasil dari penerapan kebijakan *Tax Amnesty* (Kemenkeu.go.id, 2019). Sedangkan menurut Suharyanto, Kepala Badan Statistik penurunan sebesar 0.8% pada tahun 2019 disebabkan karena perekonomian Indonesia yang melemah (Tempo, 2020). Adapun beberapa factor yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan *tax ratio*, antara lain (i) kebijakan perpajakan termasuk tarif pajak; (ii) efektivitas pemungutan pajak; (iii) berbagai insentif dan pengecualian pajak yang diberikan kepada pelaku ekonomi dan masyarakat; serta (iv) kemungkinan praktik penghindaran dan penggelapan pajak (*tax avoidance* dan *tax evasion*). Rasio pajak sebagai representasi mengenai tingkat kepatuhan wajib pajak yang dipengaruhi oleh pemahaman pajak ataupun pendidikan dari masyarakat juga budaya kepatuhan pajak, yang mana sistem penegakan hukumnya termasuk ke dalamnya (Media keuangan, 2019).

Penurunan *tax ratio* yang berimbas pada penurunan pendapatan pajak Negara dipengaruhi beberapa factor, salah satunya penghindaran pajak. Di Indonesia penghindaran pajak diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu penghindaran pajak ilegal (*tax evasion*) dan penghindaran pajak legal (*tax avoidance*). Penghindaran pajak legal adalah upaya yang dilakukan wajib pajak guna menekan biaya pajak secara agresif melalui pemanfaatan celah-celah dari regulasi perpajakan sehingga tidak melanggar aturan yang ada, tindakan ini juga biasa disebut sebagai agresivitas pajak. Menurut Pohan (2013), agresivitas pajak merupakan tindakan perusahaan dalam menghindari pajak secara legal dan sah bagi mereka karena tetap mengikuti regulasi perpajakan yang ada, yang mana teknik dan metode yang digunakan ialah pemanfaatan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang ada dalam regulasi perpajakan. Penghindaran pajak yang agresif atau agresivitas pajak, biasanya dilakukan perusahaan melalui perencanaan pajak yang tidak terlepas dari strategi bisnis perusahaan.

Di Indonesia, praktik penghindaran pajak pun kerap dilakukan, berdasarkan pernyataan Yustinus Praswoto, Direktur *Center for Indonesia Taxation Analysis* (CITA), pada Media Keuangan (Rosadi, 2019), salah satu

penyebab rendahnya rasio pajak Indonesia karena adanya praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang kian agresif, selain mempengaruhi penerimaan pajak secara langsung, praktik penghindaran pajak juga berimbas pada rendahnya kualitas kinerja pemungutan pajak. Penuturan Yustinus menjelaskan fakta bahwa panjangnya daftar nama warga Negara Indonesia pada *Panama Papers*, *Paradise Papers*, dan *Swissleaks* merupakan cerminan dari maraknya praktik penghindaran pajak yang terjadi selama ini.

Kasus kebocoran data dokumen *Panama Papers* dan *Paradise Papers* menghantarkan deretan panjang nama – nama klien yang melakukan agresivitas pajak dengan memiliki perusahaan cangkang *offshore* dan diduga melakukan *transfer pricing* ke negara yang dijuluki sebagai *tax haven country*. *Tax haven country* merupakan negara-negara yang memberikan “angin segar” kepada para pengusaha dengan rendahnya tarif pajak yang dikenakan bahkan mengenakan tarif pajak 0%. *Panama Papers* merupakan dokumen rahasia firma hukum Mossack Fonseca yang berisikan informasi rinci mengenai ribuan perusahaan cangkang luar negeri, termasuk dengan identitas saham dan direktornya. Begitu juga dengan *Paradise Papers* yang merupakan dokumen rahasia milik sebuah firma hukum lepas pantai, yang mendeskripsikan secara rinci aktivitas perpajakan klien mereka, yang mana orang-orang kaya dan terkenal, termasuk kliennya yang berasal dari Indonesia. Dari berita yang terlansir pada tempo.co (Ramadhan dan Meiliana, 2019), nama-nama yang tercantum pada *Panama Papers* terindikasi membangun perusahaan di British Virgin Islands untuk menghindari kewajiban pajak di Negara masing-masing.

Fenomena tersebut menarik perhatian peneliti karena adanya fakta bahwa beberapa pejabat Negara, politikus bahkan Badan Usaha Milik Negara yang diketahui namanya ada di dalam *Panama Papers* dan *Paradise Papers*. Seperti yang terlansir pada Kompas. com (Ramadhan dan Meiliana, 2019) berdasarkan siaran pers yang mereka terima, terdapat empat orang menteri pada Kabinet Indonesia Maju yang namanya terdapat dalam dokumen *Panama Papers*. Keempat menteri tersebut ialah Luhut Panjaitan (Menteri Koordinator Kemaritiman dan Investasi), Erick Thohir (Menteri BUMN),

Prabowo Subianto (Menteri Pertahanan), serta Johnny G Plate (Menteri Komunikasi dan Informatika). Dengan adanya fakta tersebut, *Indonesia Corruption Watch* (ICW) yang diwakili oleh Egi Primayoga, menilai masuknya nama keempat menteri tersebut dalam dokumen rahasia *Panama Papers* menyiratkan bahwa keempat menteri tersebut memiliki masalah etik.

Praktik pembuatan perusahaan cangkang merupakan salah satu contoh tindakan agresivitas pajak. Perusahaan cangkang *offshore* biasa digunakan untuk melancarkan praktik *transfer pricing* ke perusahaan cangkang *offshare* yang mereka dirikan di *tax haven islands*, lokasi dimanaperusahaan cangkang didirikan. Praktik *transfer pricing* merupakan strategi pengalihan laba dari negara bertarif pajak tinggi ke negara bertarif pajak lebih rendah.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti variabel koneksi politik terhadap agresivitas pajak menunjukkan hasil yang berbeda-beda, seperti penelitian Nurrahim dan Rahayu (2020), hasil penelitian mereka menyatakan *transfer pricing* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap *tax avoidance*, sedangkan koneksi politik mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap *tax avoidance*. Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian Zaitul dan Iona (2019), Iswari, Sudaryono, dan Widarjo (2019), dan penelitian Putri (2018), yang mana menyatakan koneksi politik yang dimiliki perusahaan mempunyai pengaruh signifikan negatif pada agresivitas pajak. Ketiga penelitian tersebut menyatakan perusahaan yang memiliki koneksi politik memiliki *Cash Effective Tax Rate* (CETR) yang rendah, yang mana semakin rendah CETR suatu perusahaan artinya semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan itu. Namun, berbeda dengan ketiga penelitian tersebut, hasil penelitian Lestari, Pratomo, dan Asalam (2019) dan hasil penelitian Hijriani, Latifah, dan Setyawan (2014) menunjukkan koneksi politik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak atau penghindaran pajak. Dari penjelasan diatas, terlihat adanya inkonsistensi hasil penelitian pengaruh variabel koneksi politik pada agresivitas pajak.

Penelitian mengenai pengaruh variabel *transfer pricing* pada agresivitas pajak telah dilakukan terlebih dahulu oleh Panjalusman, Nugraha, dan Setiawan (2018) dan hasil penelitian mereka menyatakan bahwa *transfer*

pricing tidak mempunyai pengaruh signifikan pada agresivitas pajak yang dikarenakan adanya pergantian system pemerintahan yang mengakibatkan timbulnya kebijakan baru. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil penelitian dari Chairunnisa Arfani (2020). Namun, kedua penelitian tersebut tidak selaras dengan hasil penelitian Putri dan Mulyani (2020) yang menyatakan bahwa *transfer pricing* memiliki pengaruh secara signifikan positif pada agresivitas pajak dan hasil penelitian Nadhifa dan Arif (2020) yang menunjukkan *transfer pricing* mempunyai pengaruh positif pada agresivitas pajak. Pada uraian penelitian terdahulu untuk variabel independen *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak juga menunjukkan inkonsistensi pada hasil penelitian-penelitian tersebut.

Hambrick (1983) menjelaskan bahwa strategi bisnis perusahaan adalah strategi agar perusahaan tetap dapat bersaing di pasar yang dipilihnya. Kemudian, Porter (1996) berpendapat bahwa jalan terbaik agar perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif secara kontinu di pasar yang dipilihnya ialah dengan cara memperkokoh tingkat bisnisnya dengan berbagai aktivitas operasional, termasuk prosedur fungsional, struktur organisasi, dll. Pilihan yang diambil perusahaan kemungkinan untuk menentukan, batasan tingkat praktik agresivitas pajak karena sebagian strategi perusahaan, didasarkan pada kesediaan perusahaan untuk menghadapi risiko dan ketidakpastian. Adapun Dewinta dan Setiawan (2016) berpendapat *sales growth* merepresentasikan baik buruknya laju *sales growth* suatu perusahaan. Peningkatan penjualan memungkinkan perusahaan menuai profit yang tinggi dan mendorong perusahaan bertindak agresif dalam menghindari pajak.

Adapun beberapa penelitian yang meneliti pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak, yaitu penelitian Higgins, *et al* (2011), penelitian tersebut menunjukkan strategi bisnis perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang mana perusahaan dengan strategi *defender* melakukan agresivitas pajak dengan cara menurunkan biaya, sedangkan perusahaan berstrategi *prospector* berupaya melalui perencanaan pajak. Sejalan dengan penelitian Arieftiara, dkk (2015) yang membuktikan perusahaan berstrategi *prospector* mempunyai intensitas aktivitas agresivitas

pajak yang lebih tinggi daripada *defender* dan *analyzer*, perusahaan berstrategi *defender* intensitas aktivitas agresivitas pajaknya lebih rendah daripada perusahaan berstrategi *analyzer*. Sedikit berbeda dengan hasil penelitian Aryotama dan Firmansyah (2020) yang hasil penelitiannya membuktikan bahwa perusahaan dengan strategi *prospector* dan *defender* lebih agresif dalam agresivitas pajak daripada mereka yang menganut strategi *analyzer*. Sedangkan pada penelitian Fahada dan Atmaja (2017) terbukti secara *general* bahwa strategi perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Kemudian, hasil penelitian Sadjiarto, dkk (2020) menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi *prospector* memiliki pengaruh positif pada agresivitas pajak, namun perusahaan dengan strategi *defender* memiliki pengaruh negatif pada agresivitas pajak.

Kemudian, penelitian mengenai pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak dari penelitian Nadhifah dan Arif (2020) membuktikan *sales growth* sebagai pemoderasi mampu memperkuat pengaruh negatif *transfer pricing* terhadap penghindaran pajak. Berbeda dengan penelitian Nasution dan Mulyani (2020), pada penelitian ini *sales growth* tidak dapat menjadi pemoderasi dalam hubungan antara variable independen yang digunakan dengan agresivitas pajak.

Berdasarkan fenomena, inkonsistensi hasil penelitian terdahulu dan penggunaan variabel *sales growth* sebagai pemoderasi pada penelitian Nadhifah dan Arif (2020), maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut terkait pengaruh koneksi politik, *transfer pricing*, dan strategi bisnis terhadap agresivitas pajak dengan variabel moderasi *sales growth*. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih lanjut pengaruh koneksi politik, *transfer pricing*, dan strategi bisnis terhadap agresivitas pajak secara simultan dan secara parsial dan meneliti lebih lanjut kemampuan *sales growth* dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh strategi bisnis, koneksi politik, dan *transfer pricing* pada agresivitas pajak.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah koneksi politik mempunyai pengaruh pada agresivitas pajak?
- b. Apakah *transfer pricing* mempunyai pengaruh pada agresivitas pajak?
- c. Apakah strategi bisnis mempunyai pengaruh pada agresivitas pajak?
- d. Apakah *sales growth* memoderasi hubungan koneksi politik dan agresivitas pajak?
- e. Apakah *sales growth* memoderasi hubungan *transfer pricing* dan agresivitas pajak?
- f. Apakah *sales growth* memoderasi hubungan strategi bisnis dan agresivitas pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh koneksi politik pada agresivitas pajak;
- b. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak;
- c. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh strategi bisnis pada agresivitas pajak;
- d. Untuk mengetahui secara empiris kemampuan *sales growth* memoderasi hubungan koneksi politik dan agresivitas pajak;
- e. Untuk mengetahui secara empiris kemampuan *sales growth* memoderasi hubungan *transfer pricing* dan agresivitas pajak;
- f. Untuk mengetahui secara empiris kemampuan *sales growth* memoderasi hubungan strategi bisnis dan agresivitas pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Aspek teoritis
 - 1) Berkontribusi pemikiran untuk menganalisis tindakan agresivitas pajak pada suatu perusahaan yang memiliki koneksi politik atau pada suatu

perusahaan yang melakukan *transfer pricing*.

- 2) Sebagai jawaban atas pertanyaan akibat adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu.
- 3) Sebagai rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin meneliti agresivitas pajak.

b. Aspek praktis

1) Bagi peneliti

Menambah wawasan dan kemampuan dalam mengolah data mengenai agresivitas pajak.

2) Bagi pembaca

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh koneksi politik dan/atau *transfer pricing* pada agresivitas pajak.

3) Bagi Praktisi

Sebagai informasi tambahan untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan terkait praktik *transfer pricing* dan pemilihan strategi bisnis.

4) Bagi Pemerintah

Sebagai informasi yang berguna untuk mencegah dan mendeteksi praktik agresivitas pajak oleh wajib pajak badan.

5) Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan dasar penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh koneksi politik dan/atau *transfer pricing* pada agresivitas pajak.