

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengungkapan Corporate Social Responsibility merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 dan undang-undang Penanaman modal No. 25 tahun 2007 pasal 15. Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu mayoritas perusahaan di berbagai belahan dunia melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Corporate Social Responsibility di definisikan sebagai upaya kesungguhan entitas bisnis untuk meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Pernyataan ini juga sesuai dengan konsep triple bottom line (Elkington,1997) yang menggunakan “3P” yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* yang mana perusahaan akan berhasil apabila tidak hanya memperhatikan profitnya saja namun memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan peduli terhadap lingkungan (Wibisono, 2007).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengungkapkan CSR masih dalam bentuk sukarela. Adanya masalah sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan, maka sudah selayaknya entitas bisnis bersedia untuk menyajikan suatu laporan yang dapat mengungkapkan bagaimana kontribusi mereka terhadap berbagai permasalahan sosial yang terjadi di sekitarnya. Namun, laporan tahunan yang selama ini dianggap sebagai media yang paling tepat untuk mengungkapkan masalah- masalah yang berhubungan dengan lingkungan sosial khususnya pada perusahaan pertambangan.

Pajak memiliki peranan penting dalam perekonomian negara yang merupakan salah satu sumber pendapatan bagi negara yang hasilnya dipungut dari masyarakat dimana sudah menjadi kewajiban sebagai masyarakat Indonesia baik wajib pajak

orang pribadi maupun badan untuk membayar pajak. Pengertian pajak menurut pasal 1, undang-undang No. 28 tahun 2007 mengenai ketentuan umum serta tata cara perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dimana dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara sebesar-besarnya dalam kemakmuran rakyat. Pajak merupakan iuran rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapat jasa timbal yang langsung dapat ditunjuk dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum dan pembangunan. Menurut Prof. Dr. H. Rachmat Soemitro, S.H. "Pajak adalah iuran rakyat kepada kasa negara (peralihan kekayaan dari sektor swasta ke sektor pemerintahan) dengan tidak mendapat jasa timbal (*tegen prestatie*) yang langsung dapat ditunjuk dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum. Pengertian lainnya pajak adalah peralihan kekayaan dari rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk membiayai *public investment*.

Dari sisi perusahaan pajak merupakan sesuatu yang sebisa mungkin diminimalisir atau bahkan dihindari. Menurut Asrarsani (2013), untuk meminimalisir pajak bertanggung perusahaan melakukan tax planning yang dapat menurunkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan baik dengan cara legal maupun ilegal. Cara ilegal untuk meminimalisir tanggungan pajak adalah dengan cara penggelapan pajak terkait dengan penggunaan cara-cara yang melanggar hukum untuk mengurangi atau menghilangkan beban pajak. Sedangkan cara legal untuk meminimalisir tanggungan pajak adalah dengan cara memanfaatkan celah (*loopholes*) yang terdapat dalam peraturan perpajakan yang ada untuk menghindari pembayaran pajak, atau melakukan transaksi yang tidak memiliki tujuan selain untuk menghindari pajak, dan yang paling sering dilakukan oleh perusahaan adalah tindakan agresivitas pajak.

Lanis dan Richardson (2013) menyatakan bahwa bagi perusahaan pajak merupakan faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan

agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum dilingkungan perusahaan seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak perusahaan dapat memberikan biaya dan manfaat yang signifikan. Dan pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana bisa mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi negative.

Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan CSR dalam operasinya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin perusahaan peduli terhadap pentingnya CSR, maka perusahaan tersebut semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya. Rusydi (2009) menyatakan bahwa korporasi yang menjalankan kewajiban perpajakannya tidak sesuai dengan prinsip CSR, justru akan mengganggu *sustainability* dan *image* korporasi tersebut.

Kaitan antara CSR dengan agresivitas pajak telah diteliti oleh beberapa peneliti seperti Watson (2011) serta Lanis dan Richardson (2012). Watson menguji hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak. Dimana pengukuran agresivitas pajak menggunakan proksi baru yakni UTB (*Unrecognized Tax Benefit*). Hasil yang ditemukan adalah CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan.

Sementara Lanis dan Richardson (2012) menyusun sejumlah analisis empirik untuk mengetahui apakah pendekatan perusahaan untuk CSR berhubungan dengan tingkat agresivitas pajak. Dengan menggunakan ETR (*Effective Tax Rates*) sebagai alat pengukur agresivitas pajak, hasil regresi yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut.

Utari, (2014) mengatakan bahwa selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk

meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Dalam undang-undang RI No. 40 Tahun 2007 pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, tertulis bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan”. Sebutan lain bagi tanggung jawab perusahaan adalah Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility menurut (Baker, 2003) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. CSR telah menjadi hal yang lazim dalam dunia bisnis (dalam Octaviana, 2014). Cara perusahaan menginformasikan telah melakukan CSR adalah melalui pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (dalam Rosmita, 2007).

Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan laba perusahaan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan CSR dalam operasinya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin perusahaan peduli terhadap pentingnya CSR, maka perusahaan tersebut semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya. Rusydi (2009) menyatakan bahwa korporasi yang menjalankan kewajiban perpajakannya tidak sesuai dengan prinsip CSR, justru akan mengganggu sustainability dan image korporasi tersebut (Dalam Yoehana, 2013).

Lanis dan Richardson (2013) yang menjelaskan hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaanyang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi. Penelitian terdahulu mengenai CSR dengan agresivitas pajak

dilakukan oleh Watson (2012). Hasil penelitian menemukan bahwa terjadi hubungan negatif antara CSR dan agresivitas pajak yang menggunakan proksi tarif pajak yang berlaku (ETR).

Penelitian ini sama halnya seperti yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson yang meneliti pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak pada tahun 2012. Penelitian tersebut menggunakan proksi ETR (Effective Tax Rates) untuk mengukur agresivitas pajak yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut pada tahun 2013 Lanis dan Richardson melakukan penelitian kembali dengan konteks penelitian terbalik dengan hubungan yang diteliti oleh Lanis dan Richardson pada tahun 2012. Penelitian tersebut menghubungkan agresivitas pajak dengan pengungkapan CSR dalam konteks teori legitimasi. Penelitian tersebut membedakan sampel yang diteliti dengan membedakan perusahaan yang agresivitas pajak dan non-agresivitas pajak. Hasil penelitian yang dilakukan secara konsisten menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR sehingga membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak perusahaan.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Abdurrohman (2017) yang berjudul "*Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure terhadap Corporate Responsibility*". Penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yang digunakan adalah CSR. Hasil penelitian secara empiris menunjukkan bahwa agresivitas pajak dan Media Exposure berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian (Abdurrahman, 2017) terletak pada tahun penelitian dan jenis perusahaan, dimana (Abdurrahman,2017) melakukan penelitian tahun 2012-2016 dengan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan periode penelitian terbaru yaitu tahun 2015-2017 dengan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Maka dalam hal ini

peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai agresivitas pajak yang berjudul **“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)”**.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Media exposure berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media exposure Terhadap *Corporate Social Responsibility* : untuk Menguji Teori Legitimasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan adanya manfaat sebagai berikut:

1. Bagi bidang akademik, penelitian ini dapat sebagai referensi dan tambahan pengetahuan bagi peneliti terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.

2. Bagi Perusahaan hasil dari penelitian ini dapat menunjukkan kepada perusahaan tindakan meminimalisir pajak dapat memberikan pengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3. Bagi Investor hasil dari penelitian ini dapat memberikan investor penilaian tersendiri untuk menilai perusahaan yang memiliki image sosial dan taat pajak.
4. Bagi pihak regulator, seperti Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi risiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang variabel penelitian, definisi operasional penelitian, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum hasil penelitian dan analisis penelitian, analisis hasil penelitian beserta hasil pembahasannya.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil kesimpulan penelitian dan saran penelitian atas penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN