

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pendapatan suatu negara berasal dari berbagai sektor, salah satunya adalah berasal dari sektor pajak. Pajak merupakan hal yang fundamental dalam pelaksanaan perekonomian Indonesia. Pajak juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara terbesar yang diterima oleh negara dan digunakan untuk keperluan negara. Wajib Pajak pribadi maupun badan tidak mungkin dapat menghindari pajak karena pajak dapat dikenakan secara langsung maupun secara tidak langsung kepada dirinya, karena menurut pasal 1 angka 1 UU No. 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara terutama oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat.

Dalam rangka melakukan pelayanan kepada masyarakat dengan baik, pemerintah membutuhkan dana yang tidak sedikit dimana salah satu dana yang diharapkan pemerintah adalah peran serta dari masyarakat secara langsung dengan cara membayar pajak (Dwikora Harjo, 2013, h. 15). Oleh karena besarnya kontribusi dari penerimaan pajak ini, pemerintah melakukan perubahan-perubahan peraturan perpajakan untuk memperbaiki sistem perpajakan dan meningkatkan jumlah penerimaan pajak, hal ini disebut dengan reformasi pajak (*tax reform*). Dengan adanya reformasi perpajakan ini, tentunya dirancang agar para Wajib Pajak tidak melakukan penghindaran pajak secara agresif.

Dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan kepentingan antara Wajib Pajak dengan pemerintah. Dilihat dari sudut pandang pemerintah, pajak merupakan sumber penerimaan negara yang harus dioptimalkan untuk membiayai pengeluaran negara baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan. Sebaliknya dari sisi Wajib Pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin karena dengan membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomis Wajib

Pajak sehingga terdapat perbedaan kepentingan yang menyebabkan Wajib Pajak cenderung untuk mengurangi jumlah pembayaran pajaknya (Suandy, 2013, h. 2). Besarnya pajak seperti yang kita ketahui, yaitu tergantung pada besarnya penghasilan, semakin besar penghasilan yang diperoleh maka akan semakin besar pula pajak yang terutang (Chairil Anwar, 2015, h. 3). Oleh karena itu, banyak manajemen suatu perusahaan melakukan tindakan-tindakan terhadap kondisi keuangan pada laporan keuangan yang diolah sedemikian rupa agar hasil dari rekayasa laporan keuangan memberikan dampak terhadap perpajakan sehingga perusahaan dapat meminimalkan pembayaran pajaknya serendah mungkin guna mengoptimalkan laba. Oleh karena itu tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan.

Agresivitas pajak adalah aktivitas spesifik mencakup transaksi-transaksi yang tujuan utamanya menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Menurut Lanis dan Richardson 2013 dalam (Octaviana, 2014) tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan yang ada diseluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Agresivitas pajak merupakan bentuk tindakan penghindaran pajak dalam perencanaan pajak (*tax planning*) melalui aktivitas *tax avoidance* atau *tax sheltering*. Agresivitas pajak tidak hanya berasal dari ketidakpatuhan terhadap peraturan perpajakan namun agresivitas pajak juga dapat berasal dari aktivitas penghematan pajak yang masih dalam batas ketentuan pajak yang berlaku. Agresivitas pajak dapat berbentuk apapun selama beban pajak perusahaan menjadi lebih rendah dari yang seharusnya.

Kurangnya peraturan yang jelas mengenai *tax aggressive*, *tax planning* dan *tax avoidance* menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara pemerintah dan Wajib Pajak, namun semua pihak sepakat bahwa agresivitas pajak atau penghindaran pajak merupakan sesuatu yang secara praktik tidak dapat diterima, hal ini karenakan dengan dilakukannya agresivitas pajak atau penghindaran pajak secara langsung akan memberikan dampak pada tergerusnya basis pajak yang mengakibatkan berkurangnya penerimaan pajak yang dibutuhkan oleh negara. Aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontak sosial dengan masyarakat, oleh

karena itu pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dapat mengubah persepsi masyarakat kepada perusahaan menjadi negatif. Hal tersebut akan menjadi perhatian publik dan perusahaan yang terlibat, dianggap telah melakukan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi bagian yang sangat penting dalam percakapan bisnis. Masalahnya bukanlah mengenai apakah perusahaan akan terlibat dalam aktivitas yang bertanggung jawab secara sosial tetapi bagaimana perusahaan akan terlibat (Pearce dan R. B. Robinson, 2013, h. 71).

Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) secara umum dapat dijelaskan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat tersebut termasuk para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah gagasan dan kewajiban untuk menjaga eksistensi perusahaan agar mendapat *image* atau citra yang baik dimata masyarakat atau dengan kata lain agar dapat diterima dengan baik dalam rantai bisnisnya. Dalam Irfam Fahmi (2015, h. 299) disebutkan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpinjak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang didefinisikan dalam kondisi keuangannya saja akan tetapi pada saat ini, tanggung jawab perusahaan harus berpinjak pada *triple bottom line*, yaitu sebuah konsep pembangunan berkelanjutan pada aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan atau yang lebih populer dengan singkatan 3P yaitu *profit, people, dan planet*.

Namun pada kenyataannya saat ini, yang terjadi masih banyak perusahaan yang tidak melakukan CSR walaupun telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 yang menyatakan bahwa semua perseroan yang menjalankan kegiatan usaha, berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta mengungkapkannya dalam laporan tahunan. Akan tetapi jika dilihat dari sudut pandang Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2012) paragraf 9, CSR masih merupakan bentuk sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, pengungkapan CSR di Indonesia masih tergolong

belum efektif apabila dibandingkan dengan negara lain. Selain itu perusahaan juga masih beranggapan, bahwa dalam hal pengungkapan CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan perusahaan. Padahal CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan terhadap masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya. Sedangkan ekspektasi yang diharapkan masyarakat tidak sesuai dengan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan.

Jika dihubungkan dengan insentif pajak atas CSR sesuai UU Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008 Pasal 6 huruf i sampai m dan Peraturan Pemerintah No. 93 Tahun 2010 serta Peraturan Menteri Keuangan Nomor 76 tahun 2011 yang diberikannya insentif pajak atas pengeluaran CSR berupa *tax deduction* (biaya yang diakui oleh pajak yang dapat dibiayakan) sehingga pajak penghasilan yang terutang menjadi lebih kecil. Dengan pengurangan pajak tersebut, diduga mempengaruhi hubungan CSR dengan agresivitas pajak. Selain itu menurut Setiadji 2010 dalam (Octaviana, 2014) mengatakan bahwa selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yaitu beban pajak dan beban CSR. Pajak merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*-nya melalui Pemerintah dan CSR juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada semua *stakeholder*-nya yang pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk hal yang sama yaitu mensejahterakan masyarakat.

Perusahaan cenderung akan lebih mempertimbangkan pengeluaran dana untuk CSR yang dapat mengurangi laba kena pajak. Sehingga agar perusahaan tidak memiliki dua beban, perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajaknya dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. Tindakan tersebut pastilah tidak sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat sehingga untuk menutupi tindakan tersebut, perusahaan akan melaksanakan tanggung jawab sosialnya itu lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat. Menurut Lanis dan Richardson 2013 dalam (Octaviana, 2014) perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara melakukan pengungkapan informasi CSR tambahan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, sehingga tertarik untuk melakukan penelitian antara hubungan agresivitas pajak dengan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR) dalam mengukur agresivitas pajak. Dalam penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol, dimana tujuan dari variabel kontrol ini agar hubungan agresivitas pajak dengan CSR tidak dipengaruhi faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian. Adapun variabel kontrol tersebut yaitu ukuran perusahaan, *return on assets* (ROA) dan *leverage*. Untuk menguji hubungan pengaruh agresivitas pajak dengan CSR, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan, *Return On Asset* dan *Leverage* Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel kontrol berupa Ukuran Perusahaan, *Return On Assest* (ROA), dan *Leverage* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan variabel kontrol berupa Ukuran Perusahaan, *Return On Assest* (ROA), dan *Leverage* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak sesuai dengan tujuan penelitian, antara lain :

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat berkontribusi terhadap literatur penulisan terkait dengan pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan menggunakan variabel kontrol ukuran perusahaan, *return on assets* (ROA), dan *leverage*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran serta masukan bagi perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab ekonomi kepada negara dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dengan tidak melakukan agresivitas pajak.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi masukan kepada Direktorat Jenderal Pajak untuk mengidentifikasi keadaan dimana resiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.

#### 1.5 Batasan Masalah

Penelitian dibatasi pada studi empiris perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016 dan yang memiliki tingkat profitabilitas yang baik selama tahun penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan dan laporan tahunan/*sustainability report* yang diakses melalui *website* resmi BEI. Sedangkan pengukuran untuk Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan hanya dengan mencocokkan item *check list* dengan *item* yang diungkapkan perusahaan pada laporan tahunan yang telah tersedia berdasarkan 78 *item* pengungkapan yang terdiri atas 7 kategori, sedangkan agresivitas pajak diukur dengan proksi ETR.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar, adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut.

### BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

### BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengungkapkan teori tentang teori legitimasi, teori *stakeholder*, agresivitas pajak, *coporate social responsibility*, variabel kontrol, dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar melakukan penelitian, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

### BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, cara pengambilan sampel, operasional variabel penelitian, waktu dan tempat penelitian, serta metode analisis data.

### BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang profil singkat perusahaan, hasil penelitian, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

### BAB 5 : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi kesimpulan atas hasil penelitian dan implikasi manajerial bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.