

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pajak sangat diperlukan untuk membiayai semua kepentingan umum negara sebagaimana telah disebutkan dalam UU No.28 tahun 2007 pasal 1 ayat 1, tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan yang menyebutkan bahwa :

“kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pajak juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan di perusahaan. Suatu perusahaan didirikan dengan maksud dan tujuan untuk memaksimalkan laba atau keuntungan (Warren, 2005:2). Pajak merupakan biaya dalam perusahaan yang dapat mengurangi laba atau keuntungan perusahaan sehingga banyak perusahaan sekarang ini melakukan berbagai cara untuk dapat meminimalkan pajak salah satunya ialah agresivitas pajak. Agresivitas pajak telah banyak dilakukan perusahaan-perusahaan didunia untuk dapat meminimalkan pajak. Menurut Lanis dan Richardson (2013) dalam Octaviana dan Rohman (2014:1) Tindakan manajerial yang dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas

pajak menjadi fitur yang semakin umum di lingkungan perusahaan di seluruh dunia. Agresivitas pajak dalam suatu perusahaan dapat menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang akan diperoleh.

Tindakan perusahaan dalam hal meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak perusahaan memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat dan hukum (Freedman, 2003; Landolf, 2006; Fraise et al, 2008; Sikka, 2010) dalam Lanis dan Richardson (2013) dalam Octaviana dan Rohman (2014:2). Selain itu, perusahaan juga dibebani tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*, maka dari itu perusahaan harus memberikan citra yang baik bagi masyarakat.

Menurut Pemerintah UK dalam KPMG (2007) dalam Yoehana (2013:6) *Corporate social Responsibility* didefinisikan sebagai :

“Bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dalam cara perusahaan tersebut beroperasi, memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian”.

Banyak perusahaan saat ini belum melakukan *corporate social responsibility (CSR)* walaupun sudah diatur dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 yang telah direvisi pada tahun 2012 pada paragraf 15 yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility disclosure* diindonesia masih tergolong belum efektif apabila dibandingkan dengan negara lain.

Perusahaan di Indonesia belum efektif dalam melakukan *corporate social responsibility (CSR)* karena merasa terbebani dengan adanya pajak dan ditambah lagi biaya yang harus dikeluarkan untuk *corporate social responsibility (CSR)*. Padahal *corporate social responsibility (CSR)* digunakan pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat tetapi kedua hal tersebut akan mengurangi laba atau keuntungan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan menggunakan agresivitas pajak untuk meminimalkan pajak tetapi tindakan tersebut tidak seperti yang diharapkan masyarakat. Perusahaan kemudian melakukan *corporate social responsibility (CSR)* yang lebih besar agar mengubah pandangan negatif dari masyarakat dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Beberapa peneliti terdahulu seperti Lanis dan Richardson yang melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap agresivitas pajak pada tahun 2013. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara agresivitas pajak perusahaan dan pengungkapan CSR sehingga membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak perusahaan. Menurut Safitri (2014) agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di DES dan yang tidak terdaftar di DES, Octaviana (2014) menyimpulkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility (CSR)*.

Hasil penelitian yang berbeda-beda menarik penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility (CSR)*. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* : UNTUK MENGUJI TEORI LEGITIMASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka identifikasi masalah yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Maksud dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaiman pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Untuk lebih mengetahui dan memahami pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CRS).

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan agar perusahaan lebih mengetahui dan memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang memiliki dampak positif untuk kelangsungan hidup perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan menambah pengetahuan untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian mengenai pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).