

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsep tentang tanggung jawab sosial perusahaan lahir dan makin berkembang menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha sejak dicetuskannya konsep *social responsibility* yang merupakan kelanjutan konsep *economic* dan *environmental sustainability* pada pertemuan di Yohannesberg pada tahun 2002. Tidak dapat dipungkiri, perusahaan tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan berada. Dihadapkan pada kenyataan ini, pelaksanaan tanggung jawab sosial menjadi suatu keharusan untuk mendukung kegiatan bisnis yang dilakukan. (Yustiani dan Anatan, 2010)

Pelaksanaan tanggung jawab sosial harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi juga menjadi suatu organisasi pembelajaran, dimana setiap individu yang terlibat di dalamnya memiliki kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi saja melainkan juga pada lingkungan sosial dimana perusahaan berada. (Anatan, dalam Yustiani dan Anatan 2010)

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan masalah penting yang memperoleh perhatian khusus dengan melalui pembentukan regulasi yang mengatur tentang hal-hal yang terkait dengan penanaman modal dan perseroan

terbatas di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Lahirnya kedua Undang-Undang ini dilatarbelakangi oleh Undang-Undang Dasar 1945 yang menetapkan bahwa perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh negara. Motivasi lain berkaitan dengan keinginan pemerintah untuk mencegah dan mengurangi terjadinya kerusakan lingkungan yang mungkin terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan yang tidak memperhatikan lingkungan hidup dan masyarakat disekitar perusahaan beroperasi. (Yustiani dan Anatan, 2010)

Agoes (2009) menyatakan bahwa munculnya isu pemanasan global, penipisan lapisan ozon, kerusakan hutan, kerusakan lokasi di sekitar areal pertambangan, pencemaran air akibat limbah beracun, pencemaran udara, pencemaran air laut akibat tumpahan minyak dari kapal tangki penyangkut minyak yang bocor, dan sebagainya merupakan akibat negatif dari munculnya aktivitas bisnis yang hanya berorientasi pada keuntungan semata tanpa memedulikan dampak negatif yang merugikan masyarakat dan bumi ini. Munculnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan respons atas tindakan perusahaan yang telah merugikan masyarakat dan bumi yang kita huni ini.

Pada konferensi tentang pemanasan global yang dihadiri oleh hampir semua negara di dunia pada akhir tahun 2007 di Bali, semua negara menyadari dan sepakat bahwa pemanasan global yang terjadi dewasa ini disebabkan oleh kelalaian umat manusia pada umumnya dan masyarakat bisnis pada khususnya dalam menjaga kelestarian alam. Proses lahirnya Undang-Undang Perseroan

Terbatas di Indonesia – yang dalam salah satu pasalnya (Pasal 74) mewajibkan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan – telah menimbulkan kontroversi perdebatan pro dan kontra. Ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis – khususnya di Indonesia – belum banyak yang mendukung program CSR. Ketersendatan pelaksanaan CSR ini tidak saja terjadi di Indonesia, tetapi juga hampir di semua negara termasuk di negara-negara maju. Hal ini tidak mengherankan karena bila membicarakan program CSR, berarti membawa konsekuensi biaya yang harus dipikul dalam menanggulangi kerusakan lingkungan. (Agoes, 2009)

Adanya banyak kasus lingkungan, adanya peraturan yang mewajibkan perseroan melaksanakan CSR, diterbitkannya ISO 26000 menjadikan CSR sebagai salah satu hal penting yang diperhatikan semua pihak dan sudah banyak diterapkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. (Hidayati dan Murni, 2009)

Sayekti *et al.* (2007) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah, maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan *return* saham bagi para investor. Untuk memperoleh legitimasi dari kreditor, perusahaan meningkatkan kemampuannya mengembalikan hutang. Untuk memperoleh legitimasi dari konsumen, perusahaan senantiasa meningkatkan mutu produk dan layanan. Untuk mendapatkan legitimasi dari pemerintah, perusahaan mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh pemerintah. Dan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial.

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. (dalam Hidayati dan Murni 2009)

Terlihat bahwa di Indonesia saat ini kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang diberlakukan pada 16 Agustus 2007. Undang-Undang ini mengatur tentang perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Laporan keuangan tahunan merupakan salah satu media yang biasa digunakan dalam mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan. (Yaparto dkk., 2013)

Williams (2007) dalam jurnal Carolina dan Eddy (2013) menyatakan bahwa membayar pajak merupakan salah satu bentuk kegiatan CSR. Karena sesuai dengan definisi dan fungsi pajak yaitu pajak yang dipungut digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak digunakan untuk membangun infrastruktur dan lain sebagainya. Kemudian, tanggung jawab perusahaan kepada salah satu *external stakeholders* adalah pemerintah (*governance*), sehingga pembayaran pajak merupakan bentuk CSR kepada pemerintah (Christensen and Murphy, 2004; Carolina et al., 2011). Sehingga dengan munculnya kewajiban untuk melaksanakan CSR menjadi beban tambahan bagi perusahaan, dimana perusahaan menganggap bahwa dirinya telah melaksanakan CSR dalam bentuk pembayaran pajak, dan sekarang mereka dibebani lagi dengan kewajiban melaksanakan CSR.

Dalam konteks yang lebih luas dan bisa dikatakan penting, Richardson dan Lanis (2011) menyatakan bahwa CSR berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak dalam hal bagaimana sebuah perusahaan mengarahkan sistem dan prosesnya bagi kesejahteraan masyarakat sebagai suatu kesatuan.

Pajak merupakan faktor pendorong dalam banyak pengambilan keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang semata-mata dirancang untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi hal yang umum dilakukan perusahaan di seluruh dunia. Namun, agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan keuntungan yang signifikan. Dari perspektif sosial, pembayaran pajak penghasilan perusahaan (badan) dapat memastikan pembiayaan bagi fasilitas publik. Dengan demikian, kebijakan mengenai agresivitas pajak perusahaan mungkin dapat memiliki dampak negatif bagi masyarakat. (Richardson dan Lanis, 2011)

Selain itu, ketika sebuah perusahaan dianggap sebagai agresif pajak karena membentuk pengaturan yang secara dominan bertujuan menghindari pajak, maka umumnya hal tersebut tidak dianggap sebagai pembayaran yang “adil” atas pajak penghasilan badan kepada pemerintah untuk menjamin pembiayaan fasilitas publik. Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang tidak dapat ditanggulangi bagi masyarakat secara keseluruhan. Sebagai hasil, agresivitas pajak dapat dianggap tidak bertanggungjawab secara sosial. (Richardson dan Lanis, 2011)

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan di atas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak dalam upaya penghematan pajak

dengan sampel perusahaan yang termasuk sektor pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011-2014.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Bagaimana bentuk penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang termasuk dalam sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014?
2. Seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak perusahaan dalam upaya penghematan pajak pada perusahaan yang termasuk sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa saja bentuk CSR yang dilakukan dan diterapkan perusahaan yang termasuk dalam sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2014.
2. Untuk menguji dan menganalisis besarnya pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak perusahaan dalam upaya penghematan pajak pada perusahaan yang termasuk sektor pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2014.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengertian dan pengetahuan akan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan terhadap agresivitas pajak.

- Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan perusahaan tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan dampaknya secara luas, baik terhadap pajak, kinerja, dan sebagai penunjang keberlanjutan perusahaan.

- Direktorat Jenderal Pajak

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai adanya risiko agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan sehingga dapat diidentifikasi oleh para pembuat kebijakan pajak.

