

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2007 tentang perubahan ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan Pasal 1 ayat 1, Pajak adalah 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 merupakan faktor pendorong untuk setiap pengambilan keputusan di perusahaan. Bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai biaya, sehingga perlu dilakukan usaha-usaha atau strategi-strategi tertentu untuk mengurangnya (Mangoting, 1999: 43). Menurut Landry *et al.* (2013: 612), pajak merupakan salah satu dari biaya yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perusahaan dan memiliki dampak langsung terhadap profitabilitas dan *shareholder value*.

Pajak yang dianggap sebagai biaya bagi perusahaan, dapat membuka banyak jalan atau celah untuk timbulnya agresivitas pajak. Menurut Frank *et al.* (2009) dalam Suyanto (2012: 167), agresivitas pajak adalah tindakan yang dirancang atau dimanipulasi untuk mengurangi laba fiskal melalui perencanaan pajak yang tepat, yang dapat diklasifikasikan atau tidak diklasifikasikan sebagai *tax evasion*.

Penelitian mengenai agresivitas pajak telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah Likuiditas, Komisaris Independen, dan Manajemen Laba

## ***Bab I Pendahuluan***

---

(Suyanto, 2012), kepemilikan perusahaan (Chen, *et al.*, 2010; sari dan martani, 2010; Murniati, 2012), *corporate governance* (Sartori, 2009; sari dan martini, 2010; Timothy, 2010), reaksi pasar (Hanlon dan Slemrod, 2009), profitabilitas (Siahaan, 2005; Mustikasari, 2007). Penelitian-penelitian tersebut dimaksudkan agar pelaksanaan sistem perpajakan dapat lebih efektif dan efisien sejalan dengan perkembangan dunia usaha dan dengan itu pula diperlukan dukungan penelitian tambahan mengenai agresivitas pajak perusahaan (Suyanto, 2012: 168).

*World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara luas dengan menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

CSR di Indonesia diatur secara ketat dalam regulasi melalui Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas dan Pasal 15 huruf (b) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

CSR bagi perusahaan adalah pengeluaran, begitu pula dengan pajak yang harus dibayar perusahaan. Hal ini dianggap oleh perusahaan sebagai pengeluaran ganda bagi perusahaan dan menjadikan hal ini sebagai kerugian. Namun, ada peristiwa-peristiwa CSR yang termasuk dalam tax deductible yang terbatas untuk kegiatan tertentu melalui UU No. 36/2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh) seperti :

1. Biaya beasiswa, magang, dan pelatihan.
2. Sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional.

## ***Bab I Pendahuluan***

---

3. Sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia.
4. Sumbangan fasilitas pendidikan infrastruktur sosial.
5. Sumbangan fasilitas pendidikan.
6. Sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga.
7. Sumbangan keagamaan.

Melalui peraturan tersebut, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan CSR pada perusahaannya. Menurut Yoehana (2013: 7), 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. Korporasi yang menjalankan kewajiban perpajakannya tidak sesuai dengan prinsip CSR, justru akan mengganggu *sustainability* dan *image* korporasi tersebut (Rusydi dalam Yoehana, 2013: 7).

Melalui beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai CSR dan agresivitas pajak, diketahui bahwa pada perusahaan yang memiliki tingkat CSR yang lebih rendah, tingkat agresivitas pajak pada suatu perusahaan akan lebih tinggi. Menurut penelitian Lanis dan Richardson (2011), semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Dari penelitiannya ditemukan bahwa *social investment commitment* dan strategi CSR suatu perusahaan yang merupakan elemen fundamental dari aktivitas CSR memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Serupa dengan penelitian Lanis dan Richardson, Yoehana (2013) juga menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat

## ***Bab I Pendahuluan***

---

pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka akan semakin rendah tingkat agresivitas pajak pada suatu perusahaan. Menurut penelitian Suyanto (2012) mengenai likuiditas, leverage, komisaris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak, likuiditas memiliki hubungan yang signifikan dengan agresivitas pajak, sedangkan komisaris independen berhubungan negatif dengan agresivitas pajak, dan leverage serta manajemen laba memiliki hubungan positif dengan agresivitas pajak. Menurut Landry, *et al.* (2013), semakin rendah tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak pada perusahaan. Tetapi, hasil penelitian dengan tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tinggi, tingkat agresivitas pajak pada perusahaan itu juga semakin tinggi.

Keberagaman hasil penelitian terdahulu menarik penulis untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibilities* (CSR) terhadap agresivitas pajak untuk menemukan simpulan yang tepat dan berguna bagi pihak yang berkepentingan khususnya perusahaan. Penelitian ini mengurangi beberapa variabel kontrol dari penelitian terdahulu. Variabel kontrol yang dipakai adalah profitabilitas, *leverage*, *capital intensity*, dan *inventory intensity*. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mencoba untuk mendapatkan bukti secara empiris bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak dengan judul “ Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak (studi empiris pada perusahaan *basic industry and chemical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012)”.

## ***Bab I Pendahuluan***

---

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang dapat dirumuskan adalah : “bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak ?”.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang berkepentingan, khususnya yang terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bagi Investor

Dapat membantu para investor untuk mengetahui dampak dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kelangsungan perusahaan sehingga investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat.

2. Bagi Penulis

Agar penulis dapat lebih memahami dan mendalami mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.

3. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan dapat lebih memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan yang memiliki dampak yang cukup signifikan pada kelangsungan hidup perusahaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar dapat menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut dan menambah pengetahuan peneliti mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.