

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara berkembang di Asia, dapat dikategorikan sebagai negara berkembang, dikarenakan Indonesia memiliki jumlah penduduk yang banyak namun Indonesia juga memiliki jumlah pengangguran yang tinggi. Sisi baik yang dimiliki Indonesia adalah sumber daya alam yang banyak dan melimpah, selain itu juga letak geografis Indonesia dikatakan sangat strategis karena berkaitan dengan perekonomian. Indonesia terletak pada persimpangan lalu lintas perdagangan dunia. Salah satu masa depan dari Indonesia untuk melakukan hubungan internasionalnya dengan negara negara lainnya ditentukan berdasarkan letak geografis. Berdasarkan keadaan tersebut, banyak perusahaan yang didirikan di Indonesia dan membuat Indonesia menjadi untung, karena dengan adanya perusahaan-perusahaan baru secara otomatis akan pendapat utama pada sektor pajak di Indonesia akan meningkat. Naiknya tingkat pendapatan, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut akan melakukan penyeteroran pajak perusahaannya.

Agresivitas pajak termasuk dalam tindakan yang menguntungkan untuk pihak perusahaan, karena dengan adanya agresivitas pajak yang dilakukan maka akan menekan biaya pajak yang menjadi kewajiban bagi perusahaan. Sehubungan dengan perusahaan melakukan agresivitas pajak maka pendapatan negara akan berkurang, sehingga hal tersebut menjadi sebuah fakta yang menyita perhatian publik seiring dengan pupusnya keinginan masyarakat dan negara yang

mengalami kerugian. Lanis dan Richardson (2013) mengemukakan bahwa opini masyarakat berkaitan dengan agresivitas diduga menciptakan tindakan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan ini menimbulkan opini masyarakat yang negatif terhadap perusahaan. Perusahaan juga harus melakukan tanggung jawab sosial yang dinamakan CSR sesuai dengan harapan masyarakat agar tidak mendapatkan citra negatif bagi perusahaannya.

Corporate Social Responsibility didefinisikan sebagai tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Warshut (2010) mengemukakan bahwa CSR merupakan usaha yang dilakukan suatu perusahaan dalam mengurangi pengaruh negatif dan meningkatkan pengaruh positif kegiatan operasionalnya kepada semua pihak yang berkepentingan di bidang ekonomi, sosial, maupun lingkungan untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan kewajiban yang telah diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat sebagai dampak kegiatan operasional perusahaan.

Diah Mustika R, Elin (2014) mengemukakan bahwa CSR merupakan usaha yang dilakukan suatu perusahaan dalam mengurangi pengaruh negatif dan

meningkatkan pengaruh positif kegiatan operasionalnya kepada semua pihak yang berkepentingan di bidang ekonomi, sosial, maupun lingkungan untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Pendapat ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* (“3P”) oleh John Elkington (1997) yang meliputi *profit*, *people*, dan *planet* dimana keberhasilan perusahaan bukan hanya terkait dengan keuntungan saja tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dan peduli terhadap lingkungan. Perusahaan melakukan strategi untuk meningkatkan atensi publik yang bertujuan untuk memperoleh legalitas dimata masyarakat. Perusahaan cenderung melakukan usaha untuk mendapatkan legalitas dan menjaga hubungan dengan lingkungan sosial tempat dimana mereka beroperasi. Faktanya masih banyak perusahaan yang tidak menjalankan program CSR tersebut meskipun dalam UU No. 40 tahun 2007 mengatur tentang CSR sebagai kewajiban perusahaan yang harus dilaksanakan tetapi CSR juga dianggap sebagai kegiatan sukarela perusahaan menurut PSAK (Utari, 2014). Perusahaan-perusahaan di Indonesia melakukan pengungkapan tanggung jawab nya masih tergolong lemah jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan negara lain. Perusahaan di Indonesia menganggap bahwa CSR sebagai beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, padahal sebenarnya pengungkapan CSR adalah hubungan timbal balik yang dilakukan oleh perusahaan terkait tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan harapan dari mayoritas masyarakat tidak sejalan dengan kenyataan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Lanis dan Richardson (2013) menjelaskan CSR yang diungkapkan perusahaan dengan perhatian dari masyarakat yang ditimbulkan karena adanya

ketidaksesuaian antara kenyataan dan harapan masyarakat, sejalan dengan teori legitimasi. Pengungkapan CSR dilakukan secara efektif dan sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, kerjasama yang melibatkan pemerintah sangat diperlukan terkait pembebanan pajak perusahaan.

Octaviana (2014) menjelaskan perusahaan sampai saat ini masih menganggap mempunyai beban pajak dan beban CSR. Beban CSR bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun perusahaan harus menanggung dua beban sekaligus. Agresivitas pajak menjadi alternatif perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Alternatif ini pastinya bertentangan dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat, jadi perusahaan akan meningkatkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat agar mendapatkan citra yang positif dan legitimasi dari masyarakat. Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh (Octaviana, 2014) hasil penelitian menjelaskan bahwasanya CSR dan agresivitas pajak dengan proksi ETR memiliki pengaruh yang negatif. Temuan ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) yang menguji keterkaitan antara CSR dengan agresivitas pajak dengan pengukuran proksi ETR (*Effective Tax Rates*) memiliki pengaruh yang negatif. Pada tahun 2013, Lanis dan Richardson menguji ulang terkait temuannya di tahun 2012 dengan menambahkan teori legitimasi pada CSR yang diungkapkan dan agresivitas pajak serta perbedaan sampel penelitian yang digunakan adalah perusahaan dengan agresivitas pajak dan non-agresivitas pajak. Agresivitas pajak dan pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang signifikan

positif pada penelitian yang kedua ini. Hal ini berarti teori legitimitas pada agresivitas pajak dinyatakan benar. Rini *at al.*, (2015) menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, kemudian adanya uji sensitivitas yang dilakukan menunjukkan agresivitas pajak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten maka memotivasi untuk dilakukan penelitian kembali tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility (CSR)*. Penelitian ini mengacu penelitian Diah, M.R, Lilik, H, Elin, E.S (2015). Alasan penelitian ini berbeda dengan penelitian tersebut terletak pada : (1) Penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu manajemen laba yang di ambil dari penelitian Ria, Sari Al Azhar (2015) , (2) Penelitian ini menambahkan variabel control yaitu *market book to ratio*, (3) Penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan publik non keuangan di BEI sebagai sampel penelitian, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. (4) Penelitian sebelumnya menggunakan rentang waktu dari tahun 2011-2013, sedangkan pada penelitian ini menggunakan rentang waktu dari tahun 2013-2015. Hal ini dilakukan dengan harapan agar dapat memperkuat hasil penelitian yang akan diungkapkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka akan diteliti lebih lanjut tentang Pengaruh Agresivitas Pajak dan Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*?
2. Bagaimanakah Manajemen Laba berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris :

1. Agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*
2. Manajemen Laba berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi untuk berbagai pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi ilmu ekonomi khususnya akuntansi yaitu akuntansi perpajakan tentang pengaruh agresivitas pajak dan manajemen laba

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dan para investor dalam mengembangkan *corporate social responsibility (CSR)* dan

manfaat bagi perusahaan manufaktur untuk meningkatkan *corporate social responsibility* (CSR).

