

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pemerintah mendukung adanya perkembangan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemerintah telah memberikan dukungan kepada perusahaan dengan di keluarkannya regulasi praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* di artikan sebagai perusahaan yang memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dimana perusahaan tersebut beroperasi untuk memaksimalkan dampak manfaat dan meminimalkan dampak kerugian.

Aktivitas perusahaan pada dasarnya tidak terlepas dari kontak sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu mayoritas perusahaan di berbagai belahan dunia melakukan tanggung *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam UU PT telah dikenal sebagai istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana disebutkan di Pasal 1 angka 3 UU PT, yaitu : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Fenomena yang terjadi saat ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meminta kepada emiten agar meningkatkan keterbukaan informasi terkait kegiatan yang berhubungan dengan sosial dan lingkungan (*corporate social responsibility* (CSR)). Ini merupakan salah satu

bentuk untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap emiten tersebut. Direktur Bidang Keuangan Berkelanjutan OJK Edi Setijawan menyatakan POJK Nomor 51/POJK.03//2017 tentang Penerapan Keuangan Kerkelanjutan Kepada Lembaga Lasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik. Peraturan ini ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan-perusahaan yang mengelola dana masyarakat dengan melaporan kepada OJK (CNBC,2018) Adanya *Corporate Social Responsibility* menjadikan peningkatan kesejahteraan masyarakat banyak khususnya pada masyarakat yang berada dekat dengan perusahaan. Selain peningkatan kesejahteraan masyarakat, *Corporate Social Responsibility* juga bersifat sosial perbikan lingkungan, pemberian data beasiswa maupun pemeliharaan fasilitas umum.

Melihat besar peran pajak bagi negara, pemerintah berupaya untuk meningkatkan penerimaan pajak dari sektor pajak. Pajak memiliki peranan penting dalam perekonomian negara kita. Pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah negara dengan cara memungut bayaran terhadap seluruh masyarakat yang tinggal di negara tersebut dengan hukum-hukum yang berlaku ([www.id.wikipedia](http://www.id.wikipedia), 2017). Hasil pajak tersebut digunakan sebagai biaya yang akan dialokasikan secara umum dalam pembangunan negara dan bukan untuk kepentingan pribadi, oleh karena itu para wajib pajak tidak dapat merasakan hasil dari pungutan pajak tersebut secara langsung.

Agresivitas pajak merupakan tujuan utama dari kegiatan atau dikatakan sebagai kegiatan yang menjadi objek perencanaan pajak untuk menghindari pembayaran pajak atau menurunkan pajak secara signifikan, dengan alasan

komersial untuk aktivitas itu, jika ada dikatakan marjinal ([www.pustakabakul.blogspot.com](http://www.pustakabakul.blogspot.com), 2014). Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dianggap membayar pajak dalam jumlah yang lebih rendah dari yang seharusnya. Agresivitas pajak yang dilakukan dipandang berpotensi besar merugikan masyarakat. Hal Ini tidak sesuai dengan harapan masyarakat sehingga legitimasi publik terhadap perusahaan akan terancam. Hal tersebut ditakutkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, para perusahaan berusaha mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* lebih banyak dari pada perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak untuk menjaga legitimasi perusahaan.

Tindakan nyata dalam melakukan agresivitas pajak ataupun penghindaran pajak misalnya dengan cara penghindaran pajak secara yuridis yaitu dengan melakukan perbuatan dengan cara sedemikian rupa sehingga tindakan yang dilakukan tidak terkena pajak. Perusahaan biasanya melakukan dengan cara memanfaatkan kekosongan atau ketidakjelasan undang-undang yang ada ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), 2019). Tindakan pajak agresif dilihat sebagai sebuah rahasia umum karena secara signifikan dapat menghemat beban pajak pada perusahaan. Dengan penghematan beban pajak, pada akhirnya dapat membuat laba perusahaan jadi lebih tinggi. Dilihat dari sudut pandang sosial, bahwa uang yang di dapat dari hasil pajak bila di gunakan oleh pemerintah untuk membangun barang- barang publik dan kebijakan ini dianggap agresif oleh perusahaan dikarenakan dapat berdampak buruk bagi masyarakat. Hasil Penelitian yang di lakukan oleh (Arfiyanto dan Ardiyanto, 2017), (Wardani dan Muid, 2017), (Winda dan Hardiningsih, 2015) dan (Rahayu dan Darmawan, 2017) menunjukkan

agresivitas paj berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian (Peranginangin, 2017) menyatakan berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan kemampuan entitas dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas mampu untuk meningkatkan *Corporate Social Responsibility*, serta melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan dengan lebih luas (Putri, 2017). Profitabilitas dapat dilihat pada laporan laba rugi (*income statement*) yang menunjukkan hasil dari kegiatan perusahaan selama periode akuntansi tertentu. Selain memperoleh laba, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan diperoleh dari besarnya keuntungan. Semakin tinggi laba perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayar (Pamungkas dan Siswanti, 2018). Dengan semakin tingginya profitabilitas, maka di harapkan perusahaan dapat mengalokasikan dananya untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih besar, sehingga dapat membantu beberapa permasalahan yang terjadi pada lingkungan (Pamungkas dan Siswanti, 2018). Hasil Penelitian yang di lakukan (Rindu, 2017) dan (Munsaidah, Andini dan Supriyanto, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian (Wardani dan Muid, 2017) dan (Pajaria, Metia, dan Widiyanti, 2016) menyatakan berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

*Leverage* merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai atau membeli asset pada perusahaan, perusahaan yang memiliki hutang lebih besar dari *equity* dapat dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi (Fakhrudin, 2008:109). Jika perusahaan terus menerus menambahkan hutangnya maka perusahaan akan semakin menambah beban pajak yang akan di tanggunginya, hal tersebut mengakibatkan perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Jumlah utang yang dimiliki perusahaan semakin banyak, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin luas. Hasil Penelitian yang di lakukan (Putri, 2017) dan (Andriyani, Yuliandari dan Yutilisna, 2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Sedangkan pada penelitian (Armadi dan Astika, 2016) dan (Munsaidah, Andini dan Supriyanto, 2016) menyatakan berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian Peranginangin (2017), Pengaruh Agresivitas Pajak dengan *Return On Asset* (ROA) sebagai variabel kontrol terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan perbedaan :

(1) Pengukuran variabel independen agresivitas pajak menggunakan proksi CETR (*Cash Effective Tax Rate*) yang pada penelitian Peranginangin (2017) menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*). CETR adalah *effective tax rate* berdasarkan jumlah pajak penghasilan badan yang dibayarkan perusahaan pada tahun berjalan. Alasan penelitian ini menggunakan proksi CETR karena tidak berpengaruh pada tahun estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. (2) Sampel yang di gunakan penelitian ini menggunakan seluruh

perusahaan manufaktur sedangkan penelitian Peranginagin (2017) menggunakan perusahaan sub sektor farmasi. (3) Terdapat penambahan variabel independen profitabilitas dan *leverage* pada penelitian ini dari penelitian Peranginagin (2017). Alasan penambahan variabel profitabilitas karena untuk mengukur keuntungan yang di hasilkan pada perusahaan, sedangkan alasan penambahan variabel *leverage* karena pada dasarnya perusahaan yang menggunakan *leverage* memiliki tujuan agar keuntungan yang didapatkan lebih besar dari biaya tetap. (4) Tahun yang di teliti adalah tahun 2014-2018 yang pada peneliti sebelumnya meneliti di tahun 2012-2016.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Perusahaan manufaktur yang melakukan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi tambahan terkait dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang menjadi permasalahan pada perusahaan di berbagai bidang dalam upaya meringankan kekhawatiran publik. Upaya yang di lakukan tersebut bagi masyarakat akan tanggung jawab sosialnya dalam memenuhi kewajibannya yang dimana sejalan dengan teori legitimasi. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berusaha meminimalkan pajak perusahaannya tersebut. Bagi wajib pajak badan yaitu perusahaan secara tidak langsung melakukan tindakan yang tidak bertanggung jawab dan tidak memenuhi kewajibannya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan pemaparan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Agresivitas pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* ?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* ?

### **1.3 Tujuan Masalah**

Berdasarkan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

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

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi sebagai referensi untuk menguatkan hasil dari penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan tambahan literatur serta memunculkan gagasan baru bagi ilmu pengetahuan khususnya dibidang Akuntansi Keuangan.

2. Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan Manufaktur

Penelitian ini dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Bagi Direktorat Jendral Pajak (DJP)

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk pengambilan keputusan perpajakan di masa depan terutama dalam usaha untuk melakukan identifikasi resiko agresivitas pajak.

3. Bagi Investor / Calon Investor

Penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam pengambilan keputusan untuk memperoleh laba dan menentukan kebijakan perusahaan pertambangan.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi berupa referensi dan literatur pengetahuan kepada masyarakat umum.