

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia yaitu golongan negara berkembang tingkat Asia, dapat dikatakan sebagai negara berkembang karena Indonesia memiliki jumlah penduduk yang banyak namun tingkat pengangguran masih tergolong tinggi. Indonesia terletak pada persimpangan lalu lintas perdagangan dunia. Letak geografis inilah yang dapat melihat masa depan negara dalam melaksanakan hubungan internasionalnya dengan negara lain. Keadaan ini akan menarik minat para pendiri perusahaan untuk mendirikan perusahaannya di Indonesia. Indonesia beruntung dengan keadaan tersebut, karena dengan adanya perusahaan-perusahaan baru secara otomatis akan meningkatkan tingkat pendapat terutama pada sektor pajak. Tingkat pendapatan perusahaan tinggi, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut akan melakukan penyetoran pajak perusahaannya.

Beberapa negara termasuk Indonesia, pajak adalah hal penting yang selalu menarik atensi bagi pemerintah. Besarnya jumlah pajak merupakan penghasilan paling besar untuk suatu negara, jadi tidak heran jika suatu negara lebih menitik beratkan pendapatannya dari sektor pajaknya. Menurut Undang-Undang tentang perpajakan bahwa pajak adalah partisipasi dari wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak memperoleh balasan secara langsung yang nantinya pajak tersebut akan digunakan untuk mensejahterakan dan memakmurkan rakyat.

Pajak telah menjadi kewajiban bagi Wajib Pajak tetapi masih ada beberapa Wajib Pajak yang melakukan kecurangan untuk menekan biaya pajak yang harus dibayar dan melakukan tindakan apa saja yang akan menyebabkan mereka terhindar dari pembayaran pajak, padahal seharusnya itu menjadi kewajiban mereka. Kejadian tersebut tentunya akan mengakibatkan penerimaan Negara pada sektor pajak akan berkurang sehingga akan mempengaruhi rasio pajak di suatu Negara.

Seperti yang dikatakan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati bahwa beberapa tahun ini penerimaan pajak nasional dan rasio pajak di Indonesia masih sangat rendah. Penurunan penerimaan pajak di Indonesia disebabkan karena kepatuhan Wajib Pajak untuk melaporkan hartanya masih tergolong rendah, sehingga akan berdampak pada rasio pajak menjadi kecil. Selain itu, antara pemerintah dan Wajib Pajak mempunyai perbedaan kepentingan.

Perusahaan menganggap bahwa pajak merupakan suatu biaya dan beban yang menjadi kewajiban dan harus dibayarkan. Pajak yang harus dibayar berasal dari laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan pada periode tertentu, jika pajak yang dibayarkan semakin besar tentu akan semakin menguntungkan bagi suatu Negara. Hal ini berbanding terbalik dengan tujuan perusahaan yang ingin menekan biaya pajak perusahaan, karena jika biaya pajak semakin tinggi akan menurunkan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan. Agresivitas pajak merupakan tindakan yang biasa dilakukan entitas supaya beban pajaknya sedikit.

Agresivitas pajak saat ini tidak menjadi rahasia umum di kalangan entitas seluruh negeri. *Tax aggressiveness* adalah cara perencanaan pajak yang dikerjakan

oleh perusahaan dengan tujuan meminimalkan beban pajak yang dilakukan dengan cara memanfaatkan kelemahan-kelemahan perundangan-undangan perpajakan yang dinyatakan legal oleh ahli pajak karena tidak melanggar peraturan tentang perpajakan. Agresivitas pajak termasuk hal yang menguntungkan bagi pihak perusahaan, karena dengan melakukan agresivitas pajak akan menekan biaya pajak yang menjadi kewajiban perusahaan. Pendapatan negara dari sektor pajak akan berkurang dengan adanya *tax aggressiveness* yang dikerjakan entitas, dengan demikian agresivitas pajak menarik atensi masyarakat karena sangat tidak sesuai dengan keinginan masyarakat dan tentu akan menurunkan pendapatan negara. Menurut Lanis dan Richardson (2013) pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah. Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana dapat merubah persepsi masyarakat terhadap perusahaan menjadi negatif, selain itu perusahaan masih dibebani dengan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR yang akan memberi dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

CSR sebagai tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Entitas diwajibkan mengungkapkan *corporate social responsibility*. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan atensi publik bertujuan untuk memperoleh legalitas dimata masyarakat. Perusahaan

cenderung berusaha untuk mendapatkan legalitas dan menjaga hubungan dengan lingkungan sosial tempat dimana mereka beroperasi. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan di Negara kita ini masih tergolong lemah jika dibandingkan dengan negara lain. Perusahaan menganggap CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, padahal sebenarnya pengungkapan CSR merupakan bentuk hubungan timbal balik yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Lanis dan Richardson (2013) menjelaskan, hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat timbul dari perilaku perusahaan yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan dalam teori legitimasi. Perusahaan berfikir mempunyai dua beban yaitu beban pajak dan beban CSR, dimana dua beban akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan. Pada dasarnya dua beban itu untuk kesejahteraan rakyat, tetapi perusahaan mulai mencari cara supaya terhindar dari dua beban tersebut, yaitu dengan melakukan agresivitas pajak supaya beban pajak perusahaan menjadi kecil. Tindakan tersebut mengakibatkan perusahaan akan mendapatkann citra negatif dari masyarakat karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk mengalihkan perhatian masyarakat, perusahaanakan melakukan tanggung jawab sosialnya tidak lebih kecil kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) yang meneliti, “pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak. Penelitian tersebut menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rates*) untuk mengukur agresivitas pajak

yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Rini *at al.*, (2015) dengan judul Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Publik Indonesia Yang Melakukan Pengungkapan *Corporate Social* menunjukkan bahwa, agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, tetapi setelah dilakukan uji sensitivitas agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu yang memunculkan beragam hasil penelitian, penulis terdorong untuk mereplikasi penelitian sejenis tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social* responsibility pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Replikasi penelitian menggunakan jurnal acuan dari penelitian yang dilakukan oleh Diah, M.R, Lilik, H, Elin, E.S (2015). Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu penggunaan periode penelitian dengan rentang waktu yang lebih lama dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan rentang waktu dari tahun 2011-2014. Selain itu penelitian ini juga menggunakan sampel berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan publik non keuangan di Bursa Efek Indonesia, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Terdapat perbedaan proksi digunakan untuk mengukur agresivitas pajak, penelitian sebelumnya menggunakan *Effective Tax Rates* sedangkan pada penelitian ini menggunakan *Cash Effective Tax Rates* (CETR). Penelitian sebelumnya hanya menggunakan ROA, *SIZE*, *LEVERAGE*, dan

CINT sebagai variabel control, sedangkan pada penelitian ini menambahkan *Market To Book Ratio* sebagai variabel kontrol.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka akan diteliti lebih lanjut tentang **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011- 2014.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kasus tentang perpajakan dari tahun ketahun semakin banyak terjadi di Indonesia. Perusahaan menganggap bahwa pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan, oleh karena itu sebagian perusahaan akan melakukan tindakan untuk menekan beban pajak, baik dengan cara legal, illegal, atau bisa juga keduanya. Permasalahan bagi perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak, yaitu perusahaan akan mengungkapkan informasi tambahan kaitannya dengan CSR di berbagai bidang. Penelitian ini akan meneliti adanya pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*

Sesuai latar belakang dijabarkan diatas, jadi dengan demikian permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu :

Apakah Agresivitas Pajak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Agresivitas Pajak terhadap *Corporate Social Responsibility*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis, antara lain :

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak akademis dan penelitian selanjutnya mengenai *Corporate Social Responsibility* dan agresivitas pajak.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Pihak Pemerintah

Pihak pemerintah dalam hal ini adalah Dirjen Pajak, dengan adanya penelitian ini akan memberikan pengetahuan penting untuk para pembuat kebijakan pajak yang berusaha mengidentifikasi risiko agresivitas pajak entitas yang besar.

##### b. Bagi Investor

Penelitian ini menginformasikan kepada para investor agar lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan serta bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk proses evaluasi bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat memberikan pengaruh tentang *image* entitas.