

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam rangka menjamin kelangsungan pembiayaan pembangunan nasional, pajak menjadi salah satu tumpuan sektor penerimaan negara. Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang terbesar. Namun beberapa tahun belakangan ini pemerintah selalu gagal mencapai target penerimaannya. Berikut ini adalah data perbandingan target dan realisasi penerimaan pajak tahun 2011-2014 :

**Tabel 1.1**  
**Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak ( dalam Milyar Rupiah),**  
**2011-2014**

<b>Tahun</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Target</b>	879.000	1.016.000	1.148.000	1.246.000
<b>Realisasi</b>	874.000	981.000	1.077.000	1.143.000
<b>%Realisasi</b>	99,4%	96,4%	93,8%	91,7%

sumber : [www.economy.okezone.com](http://www.economy.okezone.com)

Table di atas menunjukkan *tax gap* yang terjadi pada tahun 2011-2014. *Tax gap* merupakan selisih antara jumlah potensi pajak yang dipungut (*taxes owed*) dengan jumlah realisasi penerimaan pajak (*taxes paid*). Mulai tahun 2011 hingga 2014 penerimaan pajak tidak terealisasi 100% dari yang ditargetkan, hal ini

menunjukkan bahwa masih ada potensi penerimaan pajak yang belum berhasil direalisasikan oleh otoritas pajak suatu negara.

Sumber pajak di Indonesia berasal dari wajib pajak orang pribadi maupun badan. Di Indonesia telah banyak perusahaan yang tergolong sebagai WP badan dari berbagai macam sektor industri. Semakin besar penghasilan yang diperoleh perusahaan berarti semakin besar pula beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Tingginya pajak terhutang yang harus dibayarkan perusahaan tersebut membuat perusahaan berusaha untuk meminimalkan beban pajak terhutang yang besar tersebut (**Jessica dan Toly, 2014**). Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang membuat penerimaan pajak tidak mencapai target tersebut karena banyak wajib pajak khususnya wajib pajak badan yang melakukan tindakan penghindaran pajak atau agresif terhadap pajak.

Penghindaran pajak sebenarnya cukup banyak terjadi di Indonesia, misalnya kasus penggelapan pajak terbesar yang dilakukan oleh PT Asian Agri Tbk yang terbukti oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) merugikan negara triliunan rupiah sehingga dikenakan sanksi berupa denda yang sangat besar (**Dharmasaputra, 2013, dalam Zulma, 2016**).

Selain itu, terdapat pula kasus penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Bumi Resources Tbk yang merupakan salah satu perusahaan keluarga di Indonesia. Bahkan, diduga penghindaran pajak PT Bumi Resources dan anak usahanya yaitu PT Kaltim Prima Coal (KPC) dan PT Arutmin Indonesia mencapai 2,1 triliun, atas kasus tersebut DJP telah menetapkan direktur keuangan PT Bumi Resources dan

direktur PT Kaltim Prima Coal sebagai tersangka pidana penggelapan pajak **(Tempo, 2010 dalam Zulma, 2016)**.

Kasus yang terbaru di beberapa tahun terakhir ini adalah deretan kasus penghindaran pajak melalui transfer pricing. Dalam pertengahan 2014, Eropa juga diguncangkan dengan polemik fasilitas perpajakan Irlandia yang menyebabkan banyak perusahaan multi nasional besar seperti : Amazon, Apple, Facebook, Paypal, Twitter memilih markas di Irlandia guna membayar pajak yang lebih rendah dibandingkan kalau membuka markas di negara eropa lainnya. Di tahun 2015, HSBC Swiss diduga telah membantu *customer* kaya untuk menghindari pajak (*Tax Avoidance*) dengan menawarkan skema agresif untuk mengurangi pajak di negara asal, khususnya Eropa. ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id))

Meskipun dengan besarnya risiko terkena sanksi hukum tersebut bukan berarti hal ini dapat menurunkan minat perusahaan untuk tetap melakukan penghindaran pajak karena tidak dapat dipungkiri bahwa besarnya manfaat penghematan pajak cukup menggiurkan bagi perusahaan. Selain itu lemahnya aturan perpajakan di Indonesia, semakin membuka peluang bagi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak melalui celah aturan perpajakan yang berlaku **(Zulma, 2016)**.

Dari kasus di atas, terlihat bahwa masih banyak perusahaan yang agresif terhadap pajak. Terlihat berbagai upaya dilakukan manajemen untuk menghindari pajak.

Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan perspektif tentang pajak antara pemerintah dengan manajemen perusahaan. Bagi pemerintah, pajak yang dibayarkan oleh perusahaan merupakan salah satu sumber pendapatan utama. Sebaliknya, bagi perusahaan sebagai wajib pajak badan, pajak merupakan biaya yang akan mengurangi pendapatan. Perbedaan inilah yang menyebabkan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak bertentangan dengan tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak. **(Ratmono, 2015)**

Berbagai upaya direncanakan oleh manajemen perusahaan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan secara agresif merupakan suatu fenomena yang umum di seluruh negara. Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan **(Lanis dan Richardson, 2011)**.

Perusahaan yang melakukan berbagai upaya yang termasuk dalam kategori agresivitas pajak dapat menyebabkan citra negatif di mata masyarakat. Agresivitas pajak dalam pandangan masyarakat merupakan suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah **(Lanis dan Richardson, 2011)**

Tindakan perusahaan yang ingin melakukan penghindaran terhadap pajak atau meminimalkan pembayaran pajak tidak sejalan dengan harapan dan pemikiran masyarakat, karena pajak yang dibayarkan oleh perusahaan akan berdampak terhadap kehidupan masyarakat pula, seperti untuk pembangunan, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya.

Pada sisi lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu tindakan strategik perusahaan dalam rangka memperoleh citra (image) yang baik di mata masyarakat. **Lanis dan Richardson (2012) dalam Dwi Ratmono (2015)**, berargumen bahwa CSR dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan karena pada hakekatnya aktivitas perusahaan tidak terlepas dari kontrak sosial dengan masyarakat.

Dalam rangka memperlihatkan citra yang baik di mata masyarakat, perusahaan menunjukkan salah satunya dengan diungkapkan dilaporan keuangan tahunan pada bagian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, bahwa perusahaan telah banyak melakukan kegiatan CSR tersebut.

Dengan mengungkapkan aktivitas CSR, perusahaan berusaha menunjukkan bahwa mereka memberikan kontribusi penting bagi masyarakat. Untuk menjaga legitimasi yang diperoleh dari aktivitas CSR tersebut, perusahaan berusaha tidak akan melakukan kegiatan, termasuk agresivitas pajak, yang dapat merusak citranya yang telah baik di mata masyarakat. Menurut argumen teori legitimasi tersebut maka terdapat hubungan negatif antara pengungkapan CSR dan agresivitas pajak. Semakin banyak pengungkapan CSR perusahaan, semakin kecil tingkat agresivitas pajak (**Ratmono, 2015**)

Sementara (**Watson, 2011 dalam Zulma, 2016**) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab

secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial.

Beberapa tahun belakangan ini konsep tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai berkembang di Indonesia. Beberapa perusahaan mulai memandang penting memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial kemasyarakatan dan lingkungan. Menarik untuk diamati apakah rasa tanggung jawab sosial perusahaan melalui aktivitas-aktivitas CSR ini berhubungan dengan rasa tanggung jawab sosial perusahaan melalui pembayaran pajak dengan benar. (Wahyudi, 2015)

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. ETR (Effective Tax Rates) adalah salah satu proksi yang digunakan sebagai alat pengukur agresivitas pajak, hasil regresi yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut. (Jessica dan Toly, 2014)

Sama seperti penelitian – penelitian terdahulu , Dalam penelitian ini proksi yang digunakan yaitu proksi *Effective Tax Rates* (ETR) dalam mengukur Agresivitas Pajak. Dengan menggunakan Profitability dan Leverage, yang merupakan bagian dari variabel kontrol yang dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak perusahaan.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul :

**“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI SARANA LEGITIMASI TERHADAP  
TINGKAT AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan  
Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi dan Sektor Industri Dasar &  
Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Tingkat Agresivitas Pajak ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah di atas , Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Tingkat Agresivitas Pajak.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dihasilkan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap literatur penelitian terkait dengan pengungkapan CSR dan agresivitas pajak.



2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan cerminan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya memberikan pengaruh untuk kinerja perusahaan saja, tapi juga berdampak pada tingkat agresivitas pajak.
3. Sebagai bahan informasi yang selanjutnya dijadikan bahan evaluasi oleh pihak pajak, yaitu Direktorat Jenderal Pajak , diantaranya menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi keadaan di mana risiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.
4. Teoritis Sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya akuntansi dan merupakan informasi bagi penelitian selanjutnya.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh data sekunder berupa Laporan Keuangan Tahunan dan menjawab masalah yang sedang diteliti, penulis melakukan penelitian dan pengumpulan data melalui website, yaitu pada situs [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com) dan juga melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Adapun waktu penelitian dilakukan dari bulan September 2016 sampai dengan November 2016.