

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

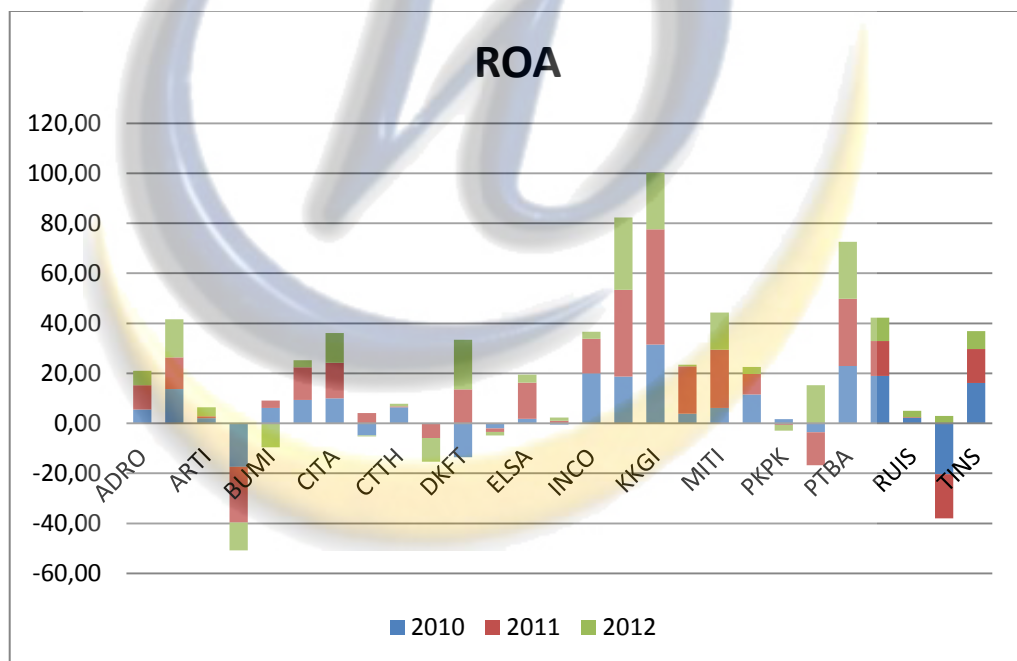
Perkembangan bisnis yang semakin meningkat mengharuskan perusahaan untuk dapat berkompetisi dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Perusahaan saat ini tidak hanya fokus pada menghasilkan keuntungan tetapi juga harus mampu untuk mengembangkan hubungan sosial dengan lingkungan eksternal perusahaan. Kondisi keuangan tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan usaha perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan disekitarnya serta peraturan perpajakan yang berlaku.

Pengambilan keputusan ekonomi tidak hanya mengandalkan kinerja keuangan perusahaan namun juga dibutuhkan adanya informasi sosial. Eipstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006) menjelaskan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan, dan keuangan secara sekaligus yang dikenal dengan nama *sustainability reporting*.

Informasi keuangan yang disediakan sebuah perusahaan biasanya akan digunakan sebagai alat analisis untuk menghitung rasio-rasio keuangannya yang mencakup rasio likuiditas, *leverage*, aktivitas dan profitabilitas perusahaan untuk

dasar pertimbangan dalam keputusan investasi. Dalam penelitian ini menggunakan salah satu jenis rasio profitabilitas yaitu *Return on Asset* (ROA).

Return on asset (ROA) sering disebut juga rentabilitas ekonomi merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Sutrisno, 2009:222). ROA termasuk dalam kelompok rasio profitabilitas, dimana rasio ini menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. ROA yang diharapkan oleh perusahaan akan bernilai positif, tetapi pada kenyataannya ROA dapat bernilai negatif. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



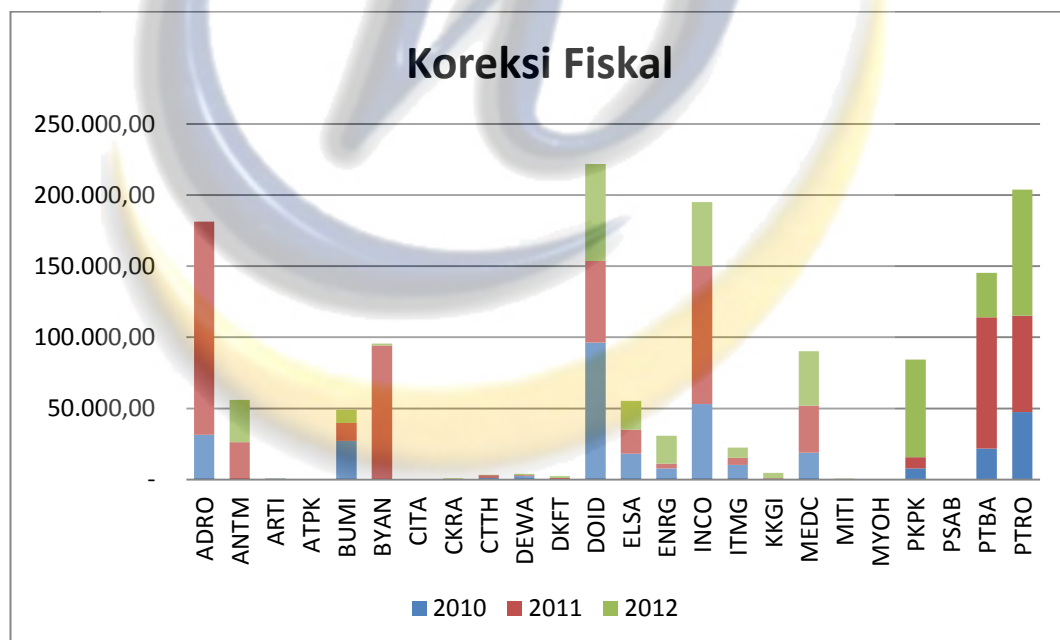
Gambar 1.1

Grafik Data *Return On Asset* (2010-2012)

Grafik tersebut menunjukkan tingkat ROA yang fluktuatif yang disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya adalah nilai laba bersih yang setiap tahunnya

mengalami perubahan. Laba bersih dapat berubah tergantung kepada nilai penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan laba tersebut.

Koreksi fiskal terjadi dikarenakan adanya perbedaan antara standar akuntansi yang digunakan dengan peraturan pajak yang berlaku. Koreksi fiskal merupakan beban perusahaan manakala biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak dapat dikurangkan dari penghasilan kena pajak sehingga mengakibatkan pajak yang harus dibayar oleh perusahaan semakin besar. Hal tersebut menimbulkan permasalahan karena perusahaan harus menanggung biaya yang tidak dapat dibebankan tersebut. Data yang diperoleh menunjukkan koreksi fiskal yang dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1.2

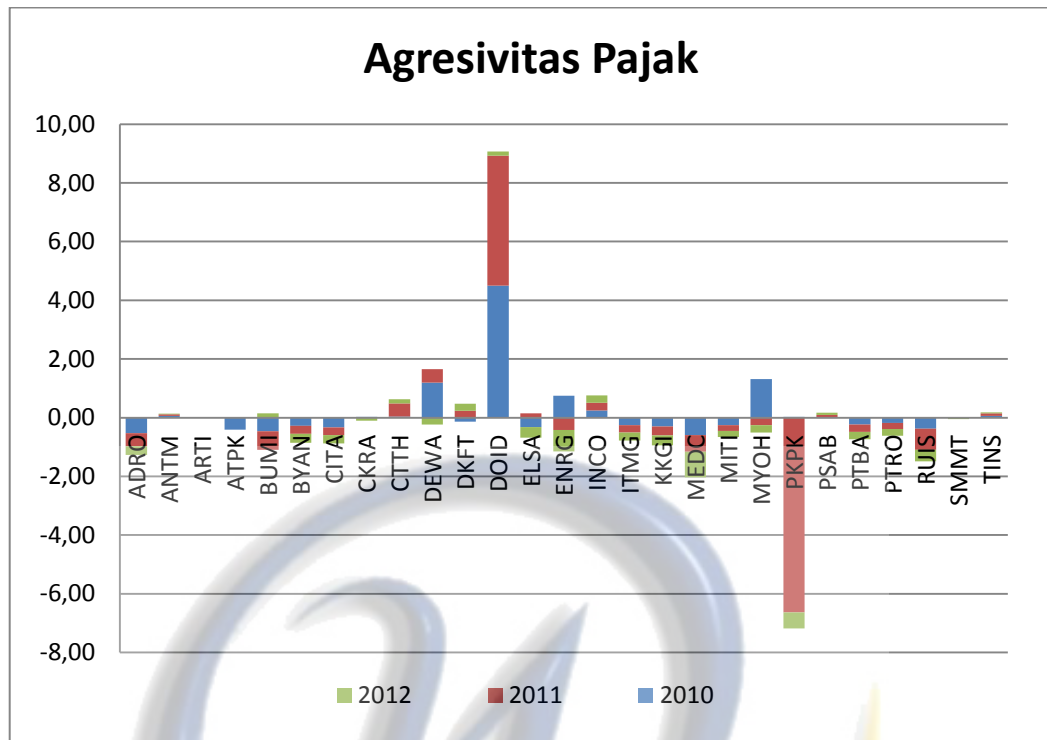
Grafik Data Koreksi Fiskal (2010-2012)

Data grafik koreksi fiskal tersebut diperoleh dari laporan keuangan yang dirilis oleh perusahaan ke BEI. Tetapi sangat disayangkan bahwa pada laporan yang

dirilis tersebut tidak secara terperinci menjelaskan mengenai biaya CSR yang masuk kedalam koreksi fiskal. Hanya sebagian perusahaan yang mengidentifikasi biaya CSR yang dimasukkan kedalam koreksi fiskal, sedangkan sebagian besar lainnya mencantumkan biaya yang tidak dapat dibebankan secara keseluruhan kedalam koreksi fiskal.

Pajak memainkan peranan sentral dalam sebuah negara yaitu sebagai salah satu sumber penerimaan negara. Perusahaan merupakan salah satu subjek pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan negara melalui pajak penghasilan badan. Perusahaan menganggap kewajiban membayar pajak untuk membiayai Negara tersebut akan menimbulkan beban pajak yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk mengefisienkan jumlah pajak yang harus disetorkan ke Negara. Salah satu cara adalah perusahaan melakukan perencanaan pajak atau *tax planning*. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalkan kewajiban pajak dengan cara-cara yang tidak melanggar peraturan perpajakan yang berlaku.

Agresivitas pajak adalah proksi yang digunakan untuk mengukur penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Pada umumnya, ukuran kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan biasanya diukur dan dibandingkan dengan besar kecilnya penghematan pajak (*tax saving*), penghindaran pajak (*tax avoidance*), dan penyelundupan pajak (*tax evasion*) yang kesemuanya bertujuan untuk meminimalkan beban pajak (Zain, 2008). Data agresivitas pajak dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1.3

Grafik Data Agresivitas Pajak (2010-2012)

Data tersebut menunjukkan banyak sekali perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas pajak yang negatif dikarenakan beban pajak penghasilan yang memiliki nilai negatif.

Perkembangan pasar bebas telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk bersama-sama melaksanakan aktivitas dalam rangka mensejahterakan masyarakat sekitarnya. Perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya dari segi ekonomi tetapi dari segi sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat, yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Sri Urip (2014:15) menyatakan bahwa ada beberapa alasan mengapa perusahaan perlu menetapkan CSR sebagai bagian dari strategi bisnis. Selain persaingan ketat regional dan global yang tentu berdampak besar bagi bisnis, perusahaan juga harus mempertimbangkan berbagai tantangan yang datang dari luar, selain kebutuhan di dalam perusahaan untuk dapat tetap bertahan.

Wacana *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial sebuah organisasi atau entitas bisnis atas dampak dari keputusan, kebijakan dan aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, pemegang saham, karyawan, pemerintah, serta *stakeholders* lainnya yang terintegrasi diseluruh organisasi. CSR merupakan dampak saling ketergantungan antara perusahaan dan *stakeholders*, khususnya masyarakat disekitarnya yang berimplikasi terhadap keputusan bisnis dan kebijakan sosial. Keputusan tersebut harus mengikuti prinsip berbagi keuntungan (*share value*), yaitu pilihan-pilihan harus menguntungkan kedua belah pihak.

Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis adalah, bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi kepada pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Wacana mengenai CSR mulai mengemuka di Indonesia pada tahun 2001, namun sebelumnya telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR akan tetapi

sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi karena belum adanya sarana pendukung seperti standar pelaporan dan tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu, sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) untuk saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability*, dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula *London Stock Exchange* yang memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) *Index* dan *Financial Times Stock Exchange* (FTSE) yang memiliki FTSE4 Good sejak 2001.

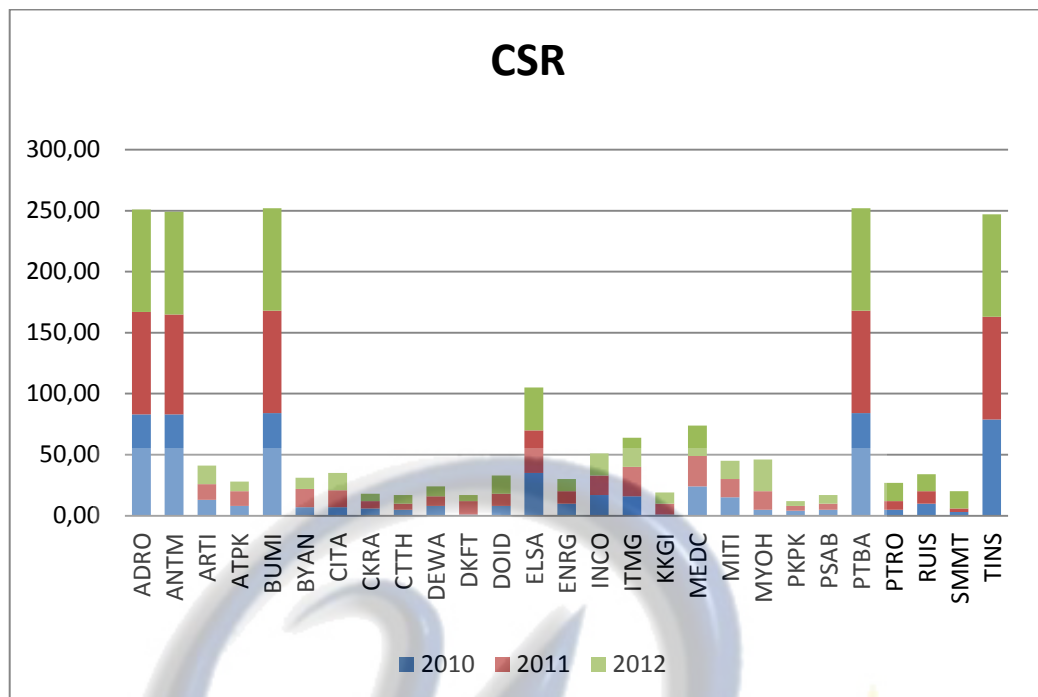
Pebisnis tidak hanya dituntut dari sekedar mengejar laba atau *profit* tetapi saat ini telah berkembang menjadi laba, manusia, dan bumi atau *profit, people, dan planet*. Konsep baru ini memberi perhatian pada berbagai persoalan yang terkait dengan sumber daya manusia hingga masalah sosial dan lingkungan (Sri Urip, 2014:5).

Pada dasarnya perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah 3P, selain mengejar *profit* perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (Yusuf Wibisono,2007:32). Kesimpulan yang dapat ditarik adalah perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi

keuangannya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

Corporate Social Responsibility pada dasarnya dapat diterapkan dalam setiap perusahaan. Akan tetapi tantangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan berbeda dari tantangan yang dihadapi oleh perusahaan lainnya. Salah satu perusahaan yang menarik untuk dicermati yaitu perusahaan pertambangan.

Kegiatan operasi perusahaan pertambangan memiliki dampak secara langsung terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan menyadari bahwa aspek lingkungan hidup dan khususnya pengembangan masyarakat tidak sekedar tanggung jawab sosial tetapi merupakan bagian dari risiko perusahaan yang harus dikelola dengan baik. Karakteristik industri pertambangan di Indonesia sebagai industri pembuka daerah tertinggal dan terisolir juga menjadikan peran perusahaan tambang untuk berperan aktif dalam pengembangan masyarakat sekitar. Hal ini akan berperan penting dalam menurunkan risiko adanya gangguan terhadap operasi perusahaan. Beranjak dari konsepsi ini maka perhatian yang mendalam terhadap upaya pelestarian lingkungan serta partisipasi secara proaktif dalam pengembangan masyarakat merupakan salah satu kunci kesuksesan kegiatan pertambangan. Praktik CSR pada perusahaan tambang dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1.4

Grafik Aktivitas CSR di Perusahaan Pertambangan (2010-2012)

Dari grafik CSR tersebut dapat dijelaskan bahwa secara umum perusahaan pertambangan sudah melaksanakan aktivitas CSR meskipun nilainya sebagian besar masih dibawah angka standar dari GRI. Hanya 5 (lima) perusahaan pertambangan yang memiliki tingkat pengungkapan CSR setiap tahunnya memiliki poin 84 yaitu PT. Adaro Energy Tbk, PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk, PT. Bumi Resources Tbk, PT. Tambang Batu Bara Bukit Asam (Persero) Tbk, dan PT. Timah (Persero) Tbk.

Aktivitas CSR belum banyak dilaksanakan oleh seluruh perusahaan-perusahaan di Indonesia, akan tetapi harus diakui bahwa selama ini sudah ada kesadaran dari beberapa perusahaan untuk menerapkan tanggung jawab sosial. Bahkan CSR sudah menjadi bagian dari strategi bisnis dalam upaya menambah

nilai positif perusahaan dimata publik yakni membangun *image corporation* atau pencitraan perusahaan. Beberapa perusahaan bahkan melihat CSR sebagai bagian dari manajemen risiko dalam bisnis. Mengembangkan program CSR yang berkelanjutan dan berkaitan dengan bidang usaha merupakan konsekuensi mekanisme pasar. Kesadaran ini menjadi trend global, seiring semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial.

Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab secara ekonomis dan sosial, akan tetapi perusahaan harus pula tunduk kepada peraturan yang ditetapkan pemerintah. Seperti dalam Undang-undang Tentang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007, yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). Jika peraturan ini dilanggar maka perusahaan akan menanggung risiko untuk diberhentikan operasinya. (Ronny Irawan, 2008).

Korporasi menganggap kewajiban tersebut sebagai beban, karena itu banyak kalangan korporasi yang seringkali salah arti dalam pelaksanaan program CSR. Dilain pihak pajak merupakan sumber utama pendanaan negara, oleh karena itu dengan adanya insentif pajak maka dapat mengurangi pendapatan negara. Namun sebagian masyarakat berpendapat bila tidak ada insentif pajak maka biaya CSR akan dimasukkan kedalam komponen harga jual yang mengakibatkan harga jual menjadi tinggi sedangkan daya beli masyarakat saat ini cenderung menurun.

Ketentuan tersebut juga erat kaitannya dengan Undang-undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007, khususnya pasal 15 dan 34 yang memberikan

sanksi administratif seperti peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, sampai dengan pencabutan usaha. Dua undang-undang tersebut membuat banyak pengusaha kehilangan daya saing dan menimbulkan biaya ekonomi yang tinggi.

Pelaksanaan program CSR yang diterapkan oleh setiap korporasi tentunya berbeda satu sama lain sehingga akan menimbulkan perlakuan pajak yang berbeda. Dalam Pasal 6 Undang-undang No 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, biaya CSR merupakan *deductible expenses*. Sedangkan pada pelaksanaannya biaya sumbangan dapat juga dikategorikan *non deductible expense*.

Desai Dharmapala (2006b), dan Avi-Yonah (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak dengan potensial jika dipandang dari segi bagaimana perusahaan mempertanggungjawabkan dan mengarahkan sistem dan proses yang ada didalamnya dengan memperhatikan kesejahteraan umum. Dengan melaksanakan agresivitas pajak maka perusahaan dianggap tidak bertanggungjawab secara sosial, karena sejatinya pajak yang dibayarkan oleh setiap wajib pajak adalah untuk kepentingan dan kesejahteraan umum.

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh aktifitas CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan?

2. Bagaimanakah pengaruh aktivitas CSR terhadap koreksi fiskal dalam laporan keuangan?
3. Bagaimanakah pengaruh aktivitas CSR terhadap agresivitas pajak?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud

Penelitian dibatasi pada pelaksanaan CSR yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, koreksi fiskal, dan tingkat agresivitas pajak dengan mengacu pada Undang-undang No 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, peraturan-peraturan pemerintah, keputusan dirjen pajak yang berlaku pada saat itu, serta literatur yang terkait. Bagaimanakah pengungkapan aktivitas CSR dalam laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan-perusahaan pelaksana CSR sudah cukup lengkap untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan, bagaimanakah aktivitas CSR tersebut disajikan pada laporan keuangan fiskal, serta bagaimanakah aktivitas CSR mempengaruhi agresivitas pajak berkaitan dengan cara perusahaan untuk menghindari *tax evasion*.

1.3.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh aktifitas CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menguji bagaimana pengaruh aktifitas CSR terhadap koreksi fiskal.

3. Untuk mengetahui dan menguji bagaimana pengaruh aktifitas CSR terhadap agresivitas pajak

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan, koreksi fiskal, dan agresivitas pajak, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha atau Wajib Pajak

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai salah satu pertimbangan dalam melaksanakan program-program *Corporate Social Responsibility* dan melaksanakan kewajiban perpajakannya secara berkesinambungan.

2. Bagi Akademisi

- a. Memberikan gambaran mengenai tingkat aktivitas CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yang dapat dilihat dari pengungkapannya dalam laporan tahunan (*annual report*)
- b. Memberikan gambaran bagaimana pengaruh aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan, koreksi fiskal, dan agresivitas pajak.
- c. Memberikan sumbangan pengetahuan khususnya akuntansi dan perpajakan mengenai pengungkapan aktivitas CSR dalam laporan Pertanggungjawaban sosial yang disajikan oleh perusahaan-perusahaan pelaksana CSR di Indonesia apakah sudah cukup lengkap dan dapat

mengidentifikasi adanya pengaruh terhadap kinerja keuangan, koreksi fiskal, dan agresivitas pajak

