

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Target dan realisasi penerimaan pajak dalam 5 tahun terakhir memang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan data yang dirilis oleh DJP (Direktorat Jenderal Pajak) Keuangan Republik Indonesia dalam 5 tahun terakhir ini tidak ada satupun target yang tercapai. Menurut Peneliti Kebijakan Ekonomi Perkumpulan Prakarsa, Wiko Saputro (2015) menyatakan bahwa rendahnya pencapaian realisasi penerimaan pajak karena ketidakmampuan otoritas pajak mengejar sistem perpajakan yang akut dan realisasi penerimaan pajak pada tahun 2014 merupakan capaian terendah selama 25 tahun terakhir.

Dalam kurun waktu 2010-2014 memang realisasi penerimaan pajak meleset dari target yang ditetapkan, dalam tahun 2010 target yang ditetapkan adalah Rp 661,4 triliun tetapi realisasinya hanya Rp. 649,042 triliun, hanya mencapai 98,1% pencapaian dari target yang ditetapkan. Tahun 2011 target yang ditetapkan adalah Rp 878,7 tetapi realisasinya Rp 872,6, pencapaiannya sejumlah 99,3% dari target yang ditetapkan. Tahun 2012 target yang ditetapkan adalah Rp 1.016,2 triliun tetapi realisasi hanya 980,1 triliun, dengan pencapaian 96,4% dari target yang ditetapkan. Tahun 2013 target yang ditetapkan Rp 1.139,32 triliun tetapi realisasi Rp 1.099,9 triliun, dengan pencapaian 96% dari target. Sedangkan dalam tahun 2014 penerimaan pajaknya terendah selama 25 tahun terakhir yaitu hanya mencapai 91,75 % dengan target yang ditetapkan Rp 1,246 triliun tetapi realisasinya hanya Rp 1,143 triliun. Penerimaan negara dari sektor pajak memang masih jauh dari maksimal, sehingga diperlukan upaya mengintensifkan penerimaan dalam sekor pajak.

Menteri Keuangan, Bambang Brodjonegoro mengungkapkan bahwa perusahaan tambang merupakan perusahaan yang sering tidak membayar pajak terutama pada perusahaan tambang yang ilegal. Dalam kenyataannya praktik-praktik perusahaan yang sering kali tidak membayarkan pajaknya kepada negara seperti ini tergolong dalam praktik perencanaan agresivitas pajak dalam suatu perusahaan, praktik seperti ini biasanya bertujuan untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara, hal ini akan merugikan negara yang tercermin dalam penerimaan pajak negara yang selalu tidak sesuai dengan target yang ditetapkan oleh pemerintah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Harari *et., al*, (2013) menyatakan bahwa praktik perencanaan agresivitas pajak dapat merusak kemampuan masyarakat, merugikan kesetaraan sosial dan pelaksanaan kebijakan sosial atau ekonomi dengan cara sistem pajak, dan memaksakan beban ekonomi pada masyarakat yang tidak atau tidak dapat melakukan perencanaan agresivitas pajak tersebut, tindakan perencanaan agresivitas ini dianggap tidak etis dan tidak sah, bahkan jika itu benar-benar berbicara dalam lingkup sesuai dengan aturan hukum. Pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap menjadikan perusahaan telah melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah (Lanis dan Richardson, 2013).

Praktik perencanaan agresivitas pajak sering dilakukan oleh perusahaan. Entah itu perencanaan agresivitas pajak yang dilakukan secara legal ataupun perencanaan agresivitas pajak yang dilakukan secara ilegal. Hal ini juga dikemukakan oleh Frank *et., al*, (2009) dalam Suyanto dan Supramono (2010)

menyatakan bahwa agresivitas pajak perusahaan adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan melalui tindakan perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong secara legal (*tax avoidance*) yang tidak melanggar peraturan perpajakan atau ilegal (*tax evasion*) yaitu dengan melanggar peraturan perpajakan.

Praktik perencanaan agresivitas pajak banyak dilakukan oleh perusahaan karena pada dasarnya perusahaan menganggap bahwa pajak yang menjadi kewajiban untuk dibayarkan dianggap sebagai suatu beban yang nantinya akan mengurangi keuntungan atau laba perusahaan sehingga hal tersebut yang menjadikan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak yang akan dibayarkan dan dimungkinkan perusahaan melakukan praktik perencanaan agresivitas pajak (Chen *et. al*, 2010). Sehingga praktik perencanaan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan akan menjadi sebuah sorotan oleh masyarakat, karena dengan tindakan perencanaan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, baik yang dilakukan secara legal ataupun ilegal akan menjadikan beban pajak perusahaan yang harus dibayarkan kepada negara semakin sedikit dan berdampak pada pendapatan dari sektor pajak akan berkurang. Diperlukan suatu tindakan oleh perusahaan untuk membuat citra perusahaan semakin baik dengan memberikan peningkatan kualitas perusahaan, masyarakat, khususnya komunitas sekitar, serta lingkungan hidup. Hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan melakukan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai bentuk rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar.

Susiloadi (2008) dalam Yoehana menyatakan bahwa terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara perusahaan

dan masyarakat sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat, yaitu aspek ekonomi dan aspek sosial. Dalam aspek ekonomi perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan, sedangkan dari aspek sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Sehingga perusahaan tidak hanya dihadapkan perolehan laba perusahaan saja, tetapi harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya atau biasa dikenal dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR harus dilakukan oleh suatu perusahaan karena sebagai suatu rasa tanggung jawab terhadap masyarakat atau lingkungan sekitar perusahaan tersebut berada.

Di Indonesia sendiri indikator pengukuran suatu perusahaan mengungkapkan CSR atau tidak dapat dilihat dari 7 kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum (Sembiring, 2005). Kategori tersebut dikemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Sembiring merupakan adopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackstone dan Milne (1996) dalam penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005). Ketujuh kategori tersebut dibagi kedalam 90 item pengungkapan, tetapi berdasarkan peraturan Bapepam No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia maka dilakukan penyesuaian, 12 item dihapuskan karena sesuai kurang begitu sesuai pada kondisi di Indonesia sehingga secara total item pengungkapan tersisa 78 item pengungkapan dan 78 item tersebut disesuaikan dengan masing-masing sektor industri sehingga diharapkan pengungkapan dari masing-masing sektor berbeda (Sembiring, 2005).

Peraturan mengenai pemberian CSR yang dilakukan oleh perusahaan diatur dalam Undang –Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 yang menyatakan bahwa 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. Selain peraturan tersebut, terdapat peraturan yang lain yaitu Peraturan Perundang-Undangan yang ditujukan untuk perusahaan tambang yakni Undang-Undang No. 22 tahun 2001. Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pasal 3 juga mengatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan undang-undang. Dalam pemberian CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan memang perusahaan akan beranggapan bahwa CSR merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, padahal sebenarnya CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Oktaviana, 2014).

Praktik perencanaan agresivitas pajak dengan pemberian CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebenarnya merupakan dua hal yang berbeda, hal ini dimaksudkan bahwa praktik perencanaan agresivitas pajak banyak dilakukan oleh perusahaan yang pada dasarnya perusahaan menganggap bahwa pajak yang menjadi kewajiban untuk dibayarkan dianggap sebagai suatu

beban yang nantinya akan mengurangi keuntungan, sehingga dengan melakukan tindakan perencanaan agresivitas pajak, laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan akan stabil dan cenderung naik. Sedangkan dalam pemberian CSR dianggap sebagai suatu beban yang harus dikeluarkan perusahaan, sehingga terkadang suatu perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan CSR nya kepada masyarakat karena hal tersebut, padahal pada dasarnya pemberian CSR merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat sekitar dan sudah diatur dalam Undang –Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3.

Penelitian mengenai kaitan CSR dengan perencanaan agresivitas pajak telah diteliti dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Harari *et., al*, (2013), Lanis dan Richardson (2012), Khan *et., al*, (2014), Watson (2011), Yoehana (2013) dan Oktaviana (2014). Penelitian yang dilakukan oleh Harari *et., al*, (2013) menguji hubungan CSR dengan perencanaan agresivitas pajak dengan menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*). Hasil penelitian ini adalah perencanaan agresivitas pajak merusak fungsi kemampuan masyarakat untuk melakukan hal yang baik, merugikan kesetaraan sosial dan kepelaksanaan kebijakan sosial atau ekonomi dengan cara sistem pajak, dan menambah beban ekonomi pada masyarakat yang tidak melakukannya. Selain itu perencanaan agresivitas pajak harus dianggap tidak etis dan tidak sah, dan tidak melakukan praktik perencanaan agresivitas harus menjadi bagian dari pemberian CSR.

Lanis dan Richardson (2012) juga meneliti tentang hubungan CSR dengan agresivitas pajak dengan menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) sebagai alat pengukur agresivitas pajak. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dari suatu perusahaan, maka

semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut. Penelitian yang lain juga dilakukan oleh Khan *et., al*, (2014) yang meneliti hubungan CSR dengan penghindaran pajak. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang tidak melakukan kegiatan CSR lebih mungkin untuk melakukan penghindaran pajak, karena mereka menganggap bahwa CSR dapat dipandang sebagai suatu budaya atau kebiasaan yang harus dilakukan oleh perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi penghindaran pajak perusahaan. Hasil tersebut didasarkan pada pemeriksaan penghindaran pajak dan praktik CSR oleh komunitas bisnis di Pakistan. Sementara Watson (2011) juga menguji hubungan antara CSR dengan agresivitas pajak, pengukuran yang dilakukan menggunakan proksi baru yakni UTB (*Unrecognized Tax Benefit*). Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah CSR mempunyai efek mengurangi tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan.

Sementara penelitian lain yang dilakukan di Indonesia yaitu dilakukan oleh Yoehana (2013), penelitian ini menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) dalam pengukurannya, sedangkan alat uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi OLS. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan maka tingkat agresivitas pajak semakin rendah. Oktaviana (2014) juga meneliti mengenai hubungan CSR dan penghindaran pajak dengan menggunakan alat uji statistik analisis regresi OLS. Hasil penelitian diketahui bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap perencanaan agresivitas pajak karena adanya suatu keterkaitan antara keduanya. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh

Harari *et., al*, (2013). Dalam penelitian Harari *et., al*, (2013) berfokus pada pengaruh antara CSR dan perencanaan agresivitas pajak, penelitian tersebut dilakukan di Israel dengan menggunakan sampel penelitian yaitu perusahaan-perusahaan besar saja yang listing di indeks TA-25 dari Tel Aviv Bursa Efek antara tahun 2006-2009 yang berjumlah 25 perusahaan, pengukuran dilakukan dengan menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*), sedangkan pengukuran CSR menggunakan 5 indikator pengukuran yakni *Human Resources, Welfare, Customer Relations, Culture*, dan *Public Relations*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Harari *et., al* (2013), yaitu peraturan perpajakan dan peraturan mengenai CSR yang berbeda antar negara sehingga timbul pertanyaan apakah penelitian ini akan memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Harari dkk, pemilihan sampel yang digunakan adalah perusahaan *go public* yang terdaftar dalam JII (*Jakarta Islamic Index*) periode 2010-2014. Alasan penggunaan sampel pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII) karena perusahaan yang tercatat dalam JII (*Jakarta Islamic Index*) mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan kepada pihak luar perusahaan, terutama pada *stakeholder*, melainkan juga sudah mencantumkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu, saham-sahamnya telah dianggap memenuhi kriteria syariah. JII (*Jakarta Islamic Index*) terdiri dari perusahaan-perusahaan yang bonafit dengan seleksi yang begitu ketat dan sebagian besar mempunyai profitabilitas yang tinggi maka perusahaan dalam JII tersebut harusnya melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam pelaporan keuangannya secara transparan.

Pengukuran agresivitas pajak dalam penelitian ini menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*).

Indikator pengungkapan CSR disesuaikan dengan konteks yang ada di Indonesia yaitu dengan menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berjumlah tujuh kategori yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Penelitian ini terdapat variabel kontrol, penggunaan variabel kontrol dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengendalikan hubungan variabel independen terhadap dependen sehingga tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti (Sugiyono, 2013: 64). Variabel kontrol digunakan untuk mengontrol hubungan kausalnya supaya lebih baik untuk didapatkan model empiris yang lebih lengkap dan lebih baik, sehingga variabel kontrol sangat penting digunakan untuk riset yang bertujuan untuk mengembangkan model seperti riset di bidang ekonomi, akuntansi, dan keuangan (Jogiyanto, 2005:157). Variabel kontrol yang dipakai dalam penelitian ini adalah *leverage*, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, intensitas modal, dan intensitas persediaan.

Leverage menggambarkan risiko suatu perusahaan karena tingkat *leverage* mencerminkan suatu ketergantungan perusahaan terhadap utang untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan (Waryanto, 2010 dalam Septiani, 2013). *Leverage* sebuah perusahaan diprediksi akan mempengaruhi perencanaan agresivitas pajak. Semakin tinggi tingkat *leverage* kemungkinan besar dalam suatu perusahaan akan mengalami pelanggaran kontrak utang, sehingga manajer akan berusaha untuk melaporkan laba perusahaan sekarang lebih tinggi, maka berdampak pada pengurangan biaya-biaya, termasuk dalam

biaya dalam pembayaran pajak dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Belkaoui dan Karpik, 1989).

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas sebuah perusahaan diprediksi akan memengaruhi agresivitas pajak perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi menggambarkan memiliki arus kas yang baik sehingga perusahaan tersebut tidak enggan untuk membayar seluruh kewajibannya termasuk membayar pajak sesuai dengan aturan yang berlaku (Suyanto dan Supramono, 2012).

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diprediksi akan mempengaruhi perencanaan agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba, sehingga hal ini menunjukkan perusahaan dapat menjalankan bisnis perusahaannya dengan baik sehingga tindakan perencanaan agresivitas pajak tidak akan dilakukan oleh perusahaan (Rusydi dan Martani, 2014).

Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan suatu perusahaan diprediksi akan mempengaruhi perencanaan agresivitas pajak. Dalam *political cost theory* menyatakan bahwa perusahaan besar tidak dapat menggunakan kekuatannya untuk melakukan perencanaan pajak karena perusahaan tersebut menjadi sorotan dari pembuat kebijakan (Fatharani, 2012).

Intensitas modal menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. Intensitas modal suatu perusahaan diprediksi akan mempengaruhi perencanaan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan yang lebih menekankan investasi pada aset tetap maka

beban pajak perusahaan yang akan dibayarkan akan lebih rendah karena beban depresiasi meningkat, sehingga penghasilan berkurang dan pajak yang dibayarkan rendah (Maesarah, 2013).

Intensitas persediaan menggambarkan proporsi persediaan yang dimiliki terhadap total aset perusahaan (Yoehana, 2013). Intensitas persediaan suatu perusahaan diprediksi akan mempengaruhi perencanaan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan intensitas persediaan merupakan substitusi dari intensitas modal, sehingga kebijakan investasi perusahaan yang memengaruhi tarif pajak efektif kemungkinan karena adanya kebijakan pajak yang memperbolehkan perusahaan menyusutkan nilai asetnya dengan umur yang lebih pendek daripada umur manfaat ekonomis yang sebenarnya (Zimmerman, 1983 dalam Gupta dan Newberry, 1997).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap perencanaan agresivitas pajak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap perencanaan agresivitas pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah bahan pustaka atau referensi bagi pihak akademis dan pihak yang akan melakukan penelitian mengenai hubungan pengungkapan CSR sebagai tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dengan perencanaan agresivitas pajak.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran bagi perusahaan bahwa pemberian CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja tetapi juga pada lingkungan yang berada di sekitar perusahaan.

b. Bagi Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi dalam perusahaan yang diinginkan, karena dari penelitian ini dapat melihat *sustainability* ataupun *image* perusahaan sehingga keputusan investasi diputuskan oleh calon investor dengan tepat.

c. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang penting untuk membuat suatu kebijakan perpajakan dengan mengidentifikasi terlebih dahulu risiko terjadinya praktik perencanaan agresivitas pajak.