

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia setelah, China, India, dan Amerika Serikat, dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa. Jumlah ini merupakan sumber yang potensial untuk menghasilkan penerimaan kas bagi negara. Apalagi Indonesia juga memiliki jumlah perusahaan yang banyak, yang memungkinkan penerimaan pendapatan kas negara menjadi semakin besar. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) dan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha di Indonesia 56.539.560 unit pada tahun 2012, yang terdiri atas usaha mikro berjumlah 55.856.176 unit (98,79%), usaha kecil 629.418 unit (1,11%), usaha menengah 48.997 unit (0,09%), dan usaha besar 4.968 unit (0,01%) (<http://duniaindustri.com>).

Besarnya jumlah usaha tersebut yang membuat penerimaan negara dari sektor pajak merupakan penerimaan negara tertinggi, dari sektor-sektor lainnya. Karena pajak diwajibkan bagi setiap warga negara, terutama yang memiliki penghasilan atas usaha tertentu sesuai dengan persentase yang ditentukan dalam undang-undang. Adapun undang-undang yang mengatur ketentuan pemungutan pajak tersebut adalah pasal 23A Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi “pajak dan

pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”.

Dalam hal ini pajak dipaksakan kepada setiap warga negara karena pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari dalam negeri, besar kecilnya pajak akan menentukan kapasitas anggaran negara dalam membiayai pengeluaran negara, baik untuk pembiayaan pembangunan maupun untuk pembiayaan rutin (Simanjuntak dan Muklis, 2010). Namun pemahaman ini tidak sejalan dengan sebagian perusahaan yang enggan untuk membayar pajak. Karena bagi sebagian perusahaan tersebut pajak merupakan biaya pengurang laba. Dimana semakin besar laba yang dihasilkan, maka semakin besar pula pajak yang harus disetorkan.

Hal inilah yang dijelaskan oleh Malik (2010: 38) bahwa pemahaman tentang pajak selalu tidak proporsional, akibatnya pajak lebih dimaknai sebagai beban dan kewajiban, sehingga siapapun berusaha untuk tidak kooperatif bahkan menghindar dari beban dan kewajibannya itu. Kurangnya kesadaran dan kepedulian perusahaan sebagai wajib pajak akan pentingnya peranan pajak, serta cenderung untuk tidak rela membayar pajak ketika memperoleh penghasilan, membuat manajemen perusahaan tersebut sebisa mungkin untuk meminimalisasi beban pajak secara agresif. Akibatnya, realisasi penerimaan dari sektor pajak tidak maksimal, sehingga merugikan negara. Tindakan meminimalkan bahkan

menghilangkan beban pajak perusahaan sering disebut dengan agresivitas pajak.

Menurut Frank, Lynch, dan Rego (2009), agresivitas pajak adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*). Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat, dan terjadi hampir di semua perusahaan-perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia (Nugraha dan Meiranto, 2015). Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya hanya akan merugikan negara dan masyarakat. Dalam jangka pendek negara akan kehilangan penerimaan pajak yang dapat digunakan untuk membiayai pelaksanaan proyek-proyek pembangunan, dan juga kegiatan-kegiatan untuk kepentingan masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang sering melakukan agresivitas pajak dikatakan sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap masyarakat (sosial). Perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya adalah perusahaan yang tidak melaksanakan *corporate social responsibility*. Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki peringkat rendah dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial. *corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap

masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Implementasi CSR merupakan suatu wujud komitmen yang dibentuk oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan (Susiloadi, 2008).

Menurut Lanis dan Richardson (2012), sebuah perusahaan yang terlibat dalam kebijakan agresif pajak, secara sosial tidak bertanggung jawab. Maksud dari pernyataan ini adalah bahwa pajak merupakan iuran yang dipungut oleh pemerintah dan akan digunakan untuk kepentingan masyarakat. Sehingga perusahaan yang melakukan penghindaran atau minimalisasi pajak menunjukkan perusahaan tersebut tidak berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Cheng *et.al* (2011) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan kegiatan CSR yang tidak bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi dalam tindakan agresivitas pajak. Sebaliknya semakin besar tanggung jawab sosial perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak.

Menurut Pardamean (2014) CSR kini dapat di kompensasikan ke dalam pengurangan pajak. Inilah bentuk insentif kepada setiap pelaku usaha yang melakukan Program CSR. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 6 ayat 1 huruf i, j, k, l, dan m UU PPh serta PP No. 93 Tahun 2010. Karena dengan diperbolehkannya mencatat pengeluaran CSR tertentu sebagai biaya secara fiskal (*deductible expenses*), maka perusahaan tidak perlu lagi menyalurkan pengeluaran aktivitas CSRnya ke pos biaya yang lain. Selain itu, peraturan tersebut juga menetapkan beberapa syarat yang harus dipenuhi agar suatu sumbangan dapat dicatat sebagai pengurang

penghasilan bruto (Warsono dan Ardianto, 2015). Dengan adanya aturan tersebut maka tingkat agresivitas pajak semakin berkurang.

Seperti halnya pada perusahaan rokok, yang makin gencar dalam mengungkapkan CSRnya. Empat perusahaan rokok yang mendominasi pasar di Indonesia, PT HM Sampoerna TBK, PT Gudang Garam TBK, PT Djarum, dan Bentoel, telah menjalankan berbagai kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai pertanggungjawaban sosialnya masing-masing. Bahkan PT HM Sampoerna TBK dan PT Djarum telah memiliki titel tersendiri dari programnya yaitu Sampoerna Untuk Indonesia (SUI) dan Djarum Beasiswa Plus. Melalui SUI, PT HM Sampoerna bahkan meraih penghargaan sebagai Best Indonesia Deal 2015 dalam ajang *Finance Asia Achievement Awards* 2015. Program-program CSR yang dilakukan oleh para pendominasi industri rokok tanah air umumnya meliputi berbagai variasi bidang, seperti lingkungan, pendidikan, ekonomi, pemberdayaan, kesehatan, hingga amal (<http://validnews.co>).

Namun dalam hal pembayaran pajak, perusahaan ini juga merupakan pembayar pajak terbesar di negara ini. Ketergantungan Indonesia terhadap sumber pendapatan negara atas rokok tak terbantahkan. Indonesia telah begitu lama dan larut menikmati pemasukan dari cukai dan pajak rokok atau tembakau setiap tahunnya. Rokok tidak hanya menjadi candu bagi perokok namun juga buat negara (<http://validnews.co>). Raihan pendapatan tak kurang dari Rp150 triliun pada tahun 2015 membuat cukai rokok menjadi pendapatan terbesar

Indonesia. Pendapatan negara dari rokok disebut lebih besar ketimbang uang resmi yang diterima pemerintah dari perusahaan tambang Freeport yang menggali alam Papua ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)).

Berdasarkan data tersebut dapat dibuktikan bahwa pengungkapan CSR perusahaan dapat menurunkan tindakan meminimalisasi atau menggelapkan pajak. Terbukti bahwa perusahaan rokok memiliki pengungkapan CSR yang cukup tinggi dan merupakan pembayar pajak terbesar di Indonesia. Meskipun CSR dan pajak perusahaan cukup besar, namun masih terdapat beberapa pertentangan, dimana CSR maupun pajak yang dibayar oleh perusahaan, tidak dapat merubah dampak negatif yang diakibatkan oleh penggunaan rokok itu sendiri. Rokok membuat pemerintah mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk menangani penyakit dan turunan penyakit yang ditimbulkan oleh tembakau, bahan utama rokok. Sedikitnya Rp50 triliun digelontorkan untuk biaya kesehatan masyarakat terkait dampak rokok ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)).

Beberapa penelitian yang mendukung teori di atas adalah penelitian Fitri dan Munandar (2018) CSR memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang melakukan Kegiatan CSR akan bertanggung jawab untuk membayar pajak. Itu artinya perusahaan akan menghindari agresivitas pajak karena perusahaan mencoba membangun hubungan baik dengan *stakeholder*. Selain itu, penelitian Suprimarini dan Suprasto (2017) menemukan bahwa *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Dimana tingginya nilai pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan menurunkan tingkat agresivitas pajak perusahaan.

Sedangkan penelitian Jessica dan Toly (2014) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dapat diartikan bahwa apabila nilai pengungkapan CSR besar, maka belum tentu perusahaan akan semakin tidak agresif. Demikian pula penelitian Ambarita, dkk (2017) yang menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Artinya pengungkapan CSR yang besar dari perusahaan tidak terbukti menjadikan perusahaan agresif terhadap pajak.

Berdasarkan pada penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan CSR perusahaan rokok yang cukup besar, memiliki dampak pada tingkat agresivitas pajak perusahaan tersebut.
2. Perusahaan rokok merupakan salah satu pembayar pajak terbesar di Indonesia, sehingga memungkinkan perusahaan ini tidak melakukan agresivitas pajak.

3. Peningkatan CSR dan pajak yang dikeluarkan perusahaan, belum bisa menutupi dampak negatif yang diakibatkannya.
4. Masih terdapat perbedaan penelitian yang terdapat pada beberapa penelitian terdahulu.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak akademis dan dapat berkontribusi terhadap literatur

terkait penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR lebih baik untuk mengurangi tindakan agresivitas pajak. Selain itu, bagi investor diharapkan dapat memberikan pandangan mengenai keadaan perusahaan melalui pengungkapan CSR dan tindakan perusahaan terhadap pihak pemerintah. Serta bagi Direktorat Jenderal Pajak dapat memberikan masukan dalam membuat kebijakan dan regulasi mengenai tindakan agresivitas pajak mengingat masih tingginya kegiatan agresivitas pajak di Indonesia.