

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendapatan negara berasal dari berbagai sektor. Salah satu sektor utamanya dari sektor pajak. Pajak merupakan sumber pendapatan terbesar bagi negara dimana pajak memegang kedudukan yang paling utama dalam perekonomian sebuah negara terutama Indonesia. Oleh karena itu, pajak harus mendapat perhatian khusus dalam hal pelaksanaan, pengumpulan, dan perundang-undangan yang berlaku (Kusumawati dan Hardiningsih, 2016 dalam Fionasari, 2017). Pentingnya pendapatan pajak bagi suatu negara adalah untuk mendukung kegiatan pembangunan serta sumber dana kesejahteraan masyarakat. Tanpa pajak suatu negara bisa lumpuh. Pajak diperoleh dari wajib pajak yang melakukan pembayaran setiap tahunnya baik dari wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan.

Saat ini, banyak perusahaan besar di Indonesia tergolong dalam wajib pajak badan. Pembayaran pajak perusahaan salah satunya di pengaruhi oleh karakteristik perusahaan seperti aset atau kekayaan perusahaan yang dapat mengurangi penghasilan perusahaan karena terjadinya penyusutan atau depresiasi yang mana perusahaan harus memangkas pajak akibat dari depresiasi tersebut. Besarnya penghasilan yang didapatkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula beban pajaknya. Besarnya hutang pajak yang dibayar oleh perusahaan membuat

perusahaan berusaha untuk meminimalkan besarnya beban pajak terutang tersebut.

Kurangnya kesadaran dan pemahaman wajib pajak mengenai penghindaran pajak menjadi faktor terjadinya ketidakpatuhan dalam pembayaran pajak. Tindakan manajerial yang disusun untuk meminimalisir pajak perusahaan melalui tindakan agresivitas pajak, menjadi strategi umum yang dilakukan oleh seluruh perusahaan di penjuru dunia. Namun, agresivitas pajak dalam perusahaan bisa menghasilkan biaya dan manfaat yang cukup signifikan. Frank, Lynch & Rego (2009) dalam Gunawan (2017) menyatakan bahwa agresivitas pajak perusahaan merupakan tindakan memanipulasi pendapatan kena pajak yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan perencanaan pajak, baik dilakukan dengan cara yang resmi atau ilegal. Agresivitas pajak dapat dilakukan melalui mekanisme yang digolongkan *tax evasion* atau *tax avoidance* (Frank et al, 2009 dalam Andhari dan Sukartha, 2017). Salah satu sektor yang berpotensi untuk melaksanakan kegiatan agresivitas pajak adalah sektor industri barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor usaha yang bergerak pada usaha makanan dan minuman, kosmetik, tembakau dan farmasi.

Pemikiran masyarakat tentang perusahaan yang melaksanakan tindakan agresivitas diduga telah menciptakan suatu perilaku yang tidak bertanggung jawab sosial dan tidak sah. Perusahaan memiliki tanggungjawab sosial yang akan menimbulkan efek negatif jika tidak dilakukan sesuai dengan harapan masyarakat. Tanggungjawab sosial perusahaan disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility* atau CSR.

Bowem (1953) dalam Mardikanto (2014:86) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Mardikanto (2014:87) menjelaskan peran perusahaan tidak sekadar memaksimalkan keuntungannya, tetapi memaksimalkan utilitas. Ini berarti bahwa, perusahaan tidak hanya memiliki tanggungjawab ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggungjawab sosial kepada masyarakatnya.

Seorang CEO dalam mengambil keputusan diharuskan menjaga keseimbangan kepentingan beragam *stakeholder* (tidak melulu aspek *financial*). Dengan menjalankan peran etik dan sosial ini, diyakini korporasi dapat terus meningkatkan kinerjanya (profit) juga diterima oleh masyarakat (Taufiq, 2019:49). *Corporate Social Responsibility* (CSR) menopang keberhasilan perusahaan dalam menjaga nama baik dan loyalitas perusahaan. Konsep *corporate social responsibility* (CSR) dilandasi oleh teori legitimasi, teori *stakeholder* dan teori kontrak sosial. Taufiq (2018) menerangkan bahwa teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberi manfaat bagi *stakeholder*-nya, sementara pada *legitimacy theory* perusahaan dikatakan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* sebagaimana diamanatkan dalam Dasar Negara Pancasila yaitu Sila ke-5 “Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia”. Milton Friedman dalam Taufiq (2019:49) berujar, tanggungjawab sosial korporasi adalah meningkatkan profit.

Bila profit meningkat, maka penerimaan pajak juga meningkat, dan negara dapat memaksimalkan peran sosialnya.

Timothy (2010) dalam Gunawan (2017) mengungkapkan bahwa tujuan pengelola perusahaan melakukan agresivitas pajak adalah untuk meminimalkan beban pajak sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan tetapi disisi lain biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan tindakan agresif terhadap pajak sangat mahal. Ini menunjukkan bahwa tindakan agresif terhadap pajak tidak memberikan keuntungan bagi pemilik perusahaan.

Implementasi *corporate governance* (CG) di Indonesia masih baru dan belum efektif, meskipun saat ini banyak perusahaan yang berlomba untuk melaksanakan *Good Corporate Governance*. Akan tetapi, sebatas pemenuhan tuntutan bisnis dan belum dilaksanakan secara maksimal. Konsep *good corporate governance* (GCG) di Indonesia pada awalnya diperkenalkan oleh pemerintah Indonesia dan *International Monetary Fund* (IMF) dalam rangka pemulihan ekonomi (*economy recovery*) pascakrisis (Effendi, 2016:23).

Beberapa hasil survei yang dilakukan oleh Booz-Allen dan Hamilton (1998), McKinsey (1999), Djalil (2000), Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA) (2001) menunjukkan bahwa pelaksanaan *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia masih rendah. Bahkan jika dibandingkan dengan Negara-negara dikawasan Asia lainnya. Perkembangan selanjutnya hampir menunjukkan kondisi yang sama yaitu rendahnya pelaksanaan *Good Corporate Governance* di Indonesia. Hasil *assessment* terhadap *Corporate Governance* di Indonesia yang dilakukan oleh: *Reports on the Observance of Standards and Codes* (ROSC)

tahun 2004-2009, *Credit Lyonnais Securities Asia (CLSA)* tahun 2014, ASEAN CG *Scorecard* tahun 2015 masih belum memuaskan dan upaya perbaikan *Corporate Governance* belum komprehensif (Hamdani, 2016:122).

Konflik antara pemilik dan pengelola perusahaan mampu di atasi dengan adanya tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang baik yang mana digunakan sebagai cara untuk mengawasi manajer. Dari sisi struktur tata kelola perusahaan, *corporate governance* bertujuan agar tercipta tata kelola perusahaan yang baik, serta efektif dan efisien. Effendi (2016:3) mengungkapkan bahwa Implementasi prinsi-prinsip tata kelola perusahaan yang baik menyangkut dua aspek yang saling berkaitan satu dengan yang lain, yaitu: perangkat keras yang bersifat teknis dan perangkat lunak yang bersifat psikososial. Implementasi ini mampu mengurangi tindakan agresivitas pajak yang dapat membatasi ruang gerak manajemen dalam memaksimalkan kepentingan pribadi. Namun, banyaknya perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dalam perusahaan membuktikan bahwa *corporate governance* belum sepenuhnya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan go publik di Indonesia.

Corporate social responsibility ialah faktor yang signifikan yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan melalui dewan direksi. *Corporate social responsibility* juga dapat mempengaruhi agresivitas pajak pada rekening perusahaan dan mengarahkan sistem serta prosesnya yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba, hal inilah yang memicu kemungkinan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Perlu adanya tata kelola perusahaan

yang berdaya guna untuk mengurangi tindakan agresivitas pajak tersebut. Tata kelola perusahaan yang bagus dapat tercipta dengan mengadopsi konsep pengelolaan perusahaan yang baik atau disebut juga dengan *good corporate governance*.

Banyak penelitian dan literatur yang membahas dan menganalisa hubungan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan *Corporate Governance (CG)* terhadap agresivitas pajak diantaranya : Gunawan (2017) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan *corporate governance* terhadap Agresivitas Pajak, Jessica dan Toly (2014) yang menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* terhadap agresivitas Pajak.

Melihat adanya *gap* antara hasil dari penelitian satu dengan lainnya, maka penelitian ini akan menguji kembali pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Governance* terhadap Agresivitas Pajak.

1.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah pembatasan variabel penelitian yaitu, *corporate social responsibility (CSR)* terhadap agresivitas pajak di proksikan dengan luas pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan serta *corporate governance (CG)* terhadap agresivitas pajak yang diproksikan dengan skor *corporate governance* yang dicantumkan pada laporan tahunan setiap perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas maka, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibilty* (CSR) terhadap agresivitas pajak ?
2. Bagaimana pengaruh *corporate governance* (CG) terhadap agresivitas pajak ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, antara lain :

1. Mengetahui pengaruh *corporate social responsibilty* (CSR) terhadap agresivitas pajak.
2. Mengetahui pengaruh *corporate governance* (CG) terhadap agresivitas pajak.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang akuntansi serta diharapkan dapat dimanfaatkan untuk bahan referensi, kajian teoritis atau literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berpautan dengan *coporate social responsibility* dan *corporate governance*.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil pada penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dan prosedur oleh pihak manajemen perusahaan akan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dan tata kelola perusahaan dalam laporan keuangan perusahaan yang disajikan.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pentingnya penerapan *corporate social responsibility* dan *corporate governance* dalam perusahaan.

