

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Indeks Kompas 100 adalah merupakan suatu indeks saham dari 100 saham perusahaan publik yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Indeks Kompas 100 secara resmi diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerjasama dengan Kompas pada hari Jumat tanggal 10 Agustus 2007. Direktur Utama BEI, Erry Firmansyah menjelaskan indeks ini merupakan kerjasama dengan Kompas. Saham-saham yang termasuk dalam indeks Kompas 100 diperkirakan mewakili 70%-80% dari total nilai kapitalisasi pasar seluruh saham yang tercatat di BEI, maka dengan demikian pergerakan indeks Kompas 100.

Proses pemilihan 100 saham yang masuk dalam penghitungan indeks Kompas 100 selain memiliki likuiditas yang tinggi serta nilai kapitalisasi pasar yang besar, juga merupakan saham-saham yang memiliki fundamental dan kinerja yang baik. Hal ini tercermin dari kriteria-kriteria pemilihan saham indeks Kompas 100 berdasarkan pengumuman *Jakarta Stock Exchange* sekarang bernama Bursa Efek Jakarta (BEJ), pada 10 Agustus 2007 sebagai berikut (*Jakarta Stock Exchange, 2007*)

1. Saham yang masuk dalam perhitungan indeks akan di evaluasi setiap enam bulan sekali, yaitu setiap akhir Januari dan akhir Juli
2. Telah tercatat di BEI minimal 3 bulan dan masuk dalam perhitungan IHSG
3. Seleksi saham dimulai dengan seleksi likuiditas, dengan menggunakan data transaksi di pasar reguler selama 12 bulan terakhir, yaitu seleksi berdasarkan nilai transaksi jumlah hari transaksi, banyaknya transaksi dan kapitalisasi pasar.
4. Sebagai saingan akhir, BEJ mengevaluasi dan mempertimbangkan faktor-faktor fundamental dan pola perdagangan saham yang telah melewati saingan likuiditas

Total emiten yang tercatat dalam indeks harga saham Kompas100 periode 2015-2017 berjumlah 143 emiten.

1.2 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility merupakan permasalahan yang sedang hangat untuk dibicarakan karena menurut (Wibisono, 2007) CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya, jadi CSR merupakan tanggung jawab dari sebuah perusahaan untuk Masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi oleh karena itu CSR adalah sesuatu yang sangat umum untuk dibicarakan pada era globalisasi. Perusahaan membutuhkan legitimasi dari masyarakat agar perusahaan yang berdiri di sekitar pemu kiman penduduk dapat diterima oleh kalangan penduduk. CSR juga merupakan Beban yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Namun kenyataannya masih banyak perusahaan yang tidak melakukan CSR walaupun sudah diatur dalam undang-undang yang menyatakan bahwa CSR merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan akan tetapi dalam PSAK CSR masih merupakan bentuk sukarela yang dilakukan oleh perusahaan. Seperti dalam Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No1 (revisi 2015), sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan laporan keberlanjutan secara terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”

Awal mula CSR di Indonesia sendiri dikenal pada tahun 1980-an dan mulai ramai digunakan pada tahun 1990-an pada saat itu CSR di Indonesia dikenal

sebagai CSA (*Corporate Social Activity*) yang memiliki konsep yang sama seperti CSR pada era sekarang. Pada saat itu CSA merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11.5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa. Meskipun dana masih kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika namun perkembangan CSR di Indonesia cukup menggembirakan angka rata-rata perusahaan menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Sebagai perbandingan di AS porsi sumbangan dana CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta perkegiatan. Sebagai perbandingan di AS porsi sumbangan dana CSR pada tahun 1998 mencapai 21.51 miliar dollar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Saidi, Zaim, & Hamid, 2004)

Perusahaan seharusnya tidak hanya memikirkan tentang keuntungannya saja menurut (Elkington, 1999) menyatakan perusahaan akan dikatakan berhasil tidak hanya mensejahterakan perusahaannya saja melainkan apabila sudah menerapkan Prinsip 3P yaitu *Profit, People, Planet* perusahaan akan dikatakan berhasil apabila telah menjaga lingkungan dan juga mensejahterakan masyarakat sekitar. Selain itu terdapat Piramida CSR (Carroll, 1996) menyebutkan bahwa tingkat pertama di piramida tersebut adalah Tanggung jawab ekonomi (mencari keuntungan) kedua tanggung jawab terhadap hukum yang berlaku dan yang ketiga adalah tanggung jawab dalam memiliki bisnis yang adil di puncak piramida adalah tanggung jawab tambahan atau *fiduciary*. Pada posisi puncak ini suatu bisnis dapat sukses apabila mendapat dukungan dari masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan sukses apabila perusahaan mendapatkan dukungan positif dari masyarakat sekitar tempat beroperasinya perusahaan tersebut.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia merujuk pada standar yang diterapkan adalah GRI (*Global Reporting Initiative*) standar GRI

dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan sustainability reporting (www.globalreporting.org)

Saat ini Standar GRI terbaru, yaitu G4 yang telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadi pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan berkelanjutan sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org)

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu atau pelaporan online dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Kategori sosial mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 149 item (www.globalreporting.org)

Pada tahun 2015 pemerintah mengeluarkan perundang-undangan tentang kegiatan *corporate social responsibility*, yang menyatakan bahwa setiap perusahaan yang kegiatan operasionalnya harus merusak sumber daya alam wajib melakukan kegiatan CSR serta menerbitkan laporan *sustainability report*, dalam hal ini perusahaan pertambangan lah yang paling wajib menjalankan kewajiban tersebut. Namun kenyataannya perusahaan pertambangan pada tahun 2015-2017 dari 15 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI hanya 5 perusahaan yang menerbitkan laporan CSRnya. Kompas 100 merupakan indeks saham dari 100

perusahaan publik yang diperdagangkan di BEI, Kompas 100 merupakan perusahaan yang mempunyai likuiditas yang tinggi atau perusahaan yang telah berhasil, dari 100 perusahaan tercatat di BEI masih banyak yang belum melaporkan *sustainability report* dapat dikatakan CSR masih belum efektif diterapkan di Indonesia. Pada data yang diolah oleh penulis dari 30 sampel hanya 9 sampel yang menyatakan perusahaan telah baik dalam menyatakan laporan CSRnya.

CSR di Indonesia masih tergolong belum efektif karena perusahaan masih menganggap CSR adalah suatu beban yang harus ditanggung, sementara CSR adalah bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, oleh karena itu agar CSR efektif diterapkan di Indonesia perlu adanya kerjasama dengan pemerintah untuk mengatur biaya pajak yang dibebankan kepada perusahaan, karena perusahaan masih menganggap bahwa mereka mempunyai 2 beban yang ditanggung untuk mensejahterakan rakyat oleh perusahaan yaitu beban pertanggungjawaban sosial dan beban pajak.

Undang-Undang RI No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan terhadap masyarakat setempat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Beban pajak dan beban CSR, sesungguhnya dua beban tersebut yaitu untuk mensejahterakan masyarakat, agar perusahaan dapat mengurangi bebannya perusahaan berusaha untuk meminimalkan pajaknya melalui tindakan agresivitas pajak. Hal ini tidak diinginkan masyarakat, karena itu perusahaan melakukan CSR untuk mengubah cara pandang masyarakat kepada perusahaan agar dapat diterima disekitar masyarakat sesuai dengan teori legitimasi. Berikut keterkaitan CETR dengan CSR.

Tabel 1 1 Hubungan CETR dengan CSR

No	Kode	Tahun	CETR	CSR
1	ITMG	2016	0,33	0,39
		2017	0,16	0,42

berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui hubungan CETR dengan CSR, disaat perusahaan melaporkan CSR tinggi maka CETR akan menurun. Hal tersebut memberi bukti bahwa perusahaan yang memiliki CETR dibawah 0,25 (agresif terhadap pajaknya) akan melaporkan CSR nya lebih tinggi. Dengan demikian peneliti berasumsi bahwa perusahaan yang menghindari pajaknya akan melaporkan CSR lebih tinggi agar terlihat baik di mata masyarakat atau publik

Pajak memiliki unsur memaksa mengakibatkan banyak perusahaan sebagai wajib pajak berusaha untuk melakukan praktek perlawanan pajak. Perlawanan pajak yang dilakukan oleh perusahaan dapat berupa perlawanan pajak aktif maupun perlawanan pajak pasif. Diantara kedua perlawanan pajak tersebut perlawanan pajak aktif lebih mendominasi strategi perusahaan untuk menghindari pajak yang dapat diwujudkan dalam bentuk agresivitas pajak.

CSR bagi perusahaan adalah pengeluaran begitu juga dengan pajak yang harus mereka bayarkan. Sederhananya membayar pajak serta mengeluarkan anggaran CSR berarti perusahaan mengeluarkan biaya ganda untuk memenuhi kewajiban, dari sudut pandang pajak penghasilan (PPH) perusahaan biasanya harus memilih strategi sehingga semua biaya yang dikeluarkan untuk program CSR yang dipilih dapat dibebankan sebagai biaya yang dapat mengurangi laba kena pajak, sesuai dengan peraturan UU pajak penghasilan pasal 6 ayat (1) huruf i,j,k,l, dan m. Hal ini menunjukkan perusahaan yang mempunyai agresivitas pajak yang tinggi kemungkinan akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* lebih besar disebabkan CSR merupakan pengurang pajak.

Pengukuran agresivitas pajak menggunakan CETR(*Cash Effective Tax Rate*) yaitu kas yang dikeluarkan untuk biaya pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Semakin besar CETR ini maka mengindikasikan semakin rendah tingkat

penghindaran pajak sebuah perusahaan menurut jurnal (Simarmata, 2014) Cash ETR baik digunakan untuk: “Menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan karena *Cash ETR* tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. Selain itu pengukuran menggunakan *Cash ETR* dapat menjawab atas permasalahan dan keterbatasan atas pengukuran *tax avoidance* berdasarkan model GAAP ETR. Semakin kecil nilai *Cash ETR*, artinya semakin besar penghindaran pajaknya, begitupun sebaliknya.”

Setiap perusahaan pasti memiliki hutang jangka panjang untuk mendanai aktivitas operasinya dalam memperoleh keuntungan. Hutang jangka panjang mengakibatkan munculnya beban bunga yang harus dibayar oleh perusahaan, hal tersebut dapat mengurangi dasar perhitungan pajak dan memungkinkan perusahaan melakukan agresivitas pajak. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 huruf angka 3 UU no 36 tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. Beban bunga yang bersifat *deductible* akan menyebabkan laba kena pajak perusahaan berkurang. Dengan liabilitas yang lebih besar kreditor akan melakukan pengamatan yang lebih cermat pada debitor. Pengungkapan oleh manajer dapat mengurangi asimetri informasi antara manajer dan kreditor. Dengan demikian, lembaga keuangan akan lebih valid menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi liabilitasnya. Jika perusahaan memiliki modal pinjaman yang besar. Maka *leverage* akan besar pula. Begitupula sebaliknya jika perusahaan memiliki modal pinjaman yang kecil, maka *leveragenya* akan kecil pula. Perusahaan yang memiliki *leverage* kecil berarti memilih menggunakan modal sendiri dalam pembiayaan operasinya. Penelitian ini mengukur hutang dengan rasio *leverage*, *debt ratio* atau Rasio hutang dengan membagikan total hutang dengan total aset yang dimilikinya. Menurut Jurnal (Adelina, 2012) perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi cenderung agresif terhadap pajaknya.

Menurut (Octaviana, 2014) Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang rendah mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak, Namun hasil penelitian dari (Rahayu & Darmawan, 2017) menunjukkan bahwa agresivitas perpajakan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR; sementara, return on asset (ROA) dan leverage tidak berpengaruh pada CSR.

Berdasarkan Uraian latar belakang masalah yang telah di paparkan terdapat inkonsistensi, maka penulis akan meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi CSR. Penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap *Corporate Social Responsibility* Menggunakan Leverage Sebagai Variabel Kontrol (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Kompas100 Tahun 2015-2017)”**

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan yang melakukan agresivitas pajak adalah perusahaan akan melaporkan laporan tambahan tentang CSR diberbagai bidang untuk meringankan kekhawatiran masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sesuai teori legitimasi. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak akan berupaya untuk meminimalkan pajaknya tentu ini tidak diharapkan oleh masyarakat karena pajak secara tidak langsung membantu dalam pembangunan infrastruktur yang dapat membantu perekonomian masyarakat dan perusahaan secara tidak langsung melakukan tindakan tidak bertanggung jawab.

Hal tersebut peneliti akan meneliti apakah agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap corporate social responsibility atau agresivitas pajak ini tidak ada pengaruhnya terhadap corporate social responsibility. Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya masih terdapat pro dan kontra maka dari itu

penelitian ini masih relevan untuk di teliti terutama di Perusahaan yang terdaftar pada Kompas100 pada tahun 2015-2017.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana agresivitas pajak, Leverage dan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar Kompas100 pada tahun 2015-2017.
2. Bagaimana pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Kompas100 pada tahun 2015-2017
3. Bagaimana pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* dengan *leverage* sebagai variabel kontrol pada perusahaan yang terdaftar di Kompas100 pada tahun 2015-2017
4. Bagaimana pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* tanpa *leverage* sebagai variabel kontrol pada perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 pada tahun 2015-2017

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat agresivitas pajak pada *corporate social responsibility* terhadap perusahaan yang terdaftar di Kompas100 periode 2015-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak pada *corporate social responsibility* terhadap perusahaan yang terdaftar di Kompas100 periode 2015-2017
3. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* dengan *leverage* sebagai variabel kontrol terhadap perusahaan yang terdaftar di Kompas100 periode 2015-2017
4. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* tanpa ada *leverage* sebagai variabel kontrol terhadap perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 periode 2015-2017

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Dapat digunakan oleh akademisi maupun para peneliti berikutnya sebagai sumber informasi untuk menambah wawasan, menjadi bahan referensi khususnya untuk penulisan karya ilmiah dengan topik yang sama dan hasil penelitian diharapkan menjadi sumbangan pemikiran untuk penelitian yang lebih mendalam dengan menambah periode penelitian, variabel penelitian, dan objek penelitian lain.

1.6.2 Aspek Praktis

Kegunaan praktis yang ingin diperoleh dalam penerapan pengetahuan sebagai hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Khususnya bagi perusahaan yang terdaftar di Kompas 100 dapat memberikan nilai positif kepada masyarakat dengan melakukan tanggung jawab sosial.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah dapat menekankan kepada perusahaan yang bersinggungan langsung dengan sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam indeks Kompas 100 tahun 2015-2017

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September hingga bulan Januari 2018 dengan menggunakan data selama tiga tahun.

1.7.3 Variabel Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini terdiri dari atas satu variabel terikat dan satu variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah

Corporate Social Responsibility. Kemudian dari variabel bebas penelitian yaitu Agresivitas pajak dengan variabel kontrol Leverage.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian yang mengangkat fenomena yang menjadi isu penting sehingga layak untuk perumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian ini secara teoritis dan praktis serta sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengungkapkan secara ringkas, jelas tentang, agresivitas pajak, leverage dan *corporate social responsibility*. Bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini, kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pola pikir untuk menggambarkan masalah masalah penelitian dan pedoman untuk pengujian data, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan dengan rinci batasan dan cakupan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel dependen dan variabel independen, definisi operasional variabel, tahapan penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel) serta teknik analisis data. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi hasil penelitian yang telah diidentifikasi dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan beberapa kesimpulan hasil analisis penelitian dan saran dari hasil penelitian ini.