

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan pendapatan terbesar bagi negara dan sumber utama pendapatan, sehingga didalam kegiatannya pemerintah menaruh perhatian lebih terhadap penerimaan pajak. Agar penerimaan pajak maksimal pemerintah membuat berbagai macam program serta kebijakan untuk kepentingan pajak, yang nantinya dapat memenuhi besarnya Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) dan program-program untuk meningkatkan perekonomian negara.

Realisasi APBN Tahun 2021 berdasarkan Anggaran Pendapatan Belanja Negara Kinerja & Fakta (APBN KITA) yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pendapatan terbesar berasal dari perpajakan Rp1.546,51 triliun (107,06 persen dari target APBN 2021). Dengan adanya hal tersebut pemerintah dapat mempertimbangkan pajak pada tahun 2021 untuk realisasi tahun berikutnya. (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020)

Besaran pajak yang diterima pemerintah tersebut berpengaruh untuk pemerintah, pembangunan nasional dan pembiayaan negara. Oleh sebab itu pemerintah mengupayakan berbagai cara agar penerimaan pajak dapat membuat regulasi untuk perpajakan.

Pajak bukan merupakan iuran yang bersifat sukarela tetapi memaksa, bertujuan untuk memaksimalkan pajak. Pernyataan ini tidak sejalan dengan tujuan perusahaan. Perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk menekan pajaknya

supaya keuntungan yang didapat lebih besar. Di Indonesia permasalahan seperti pajak ini sering ditemukan pada perusahaan industri manufaktur, dimana masalah yang ditemukan beragam dan dalam jumlah besar dibandingkan sektor yang lainnya.

Menurut (Zain, 2007:43) mengatakan “wajib pajak selalu berusaha untuk membayar pajak yang terutang sekecil mungkin oleh ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan”. Ketentuan tersebut menghasilkan usaha atau strategi yaitu perencanaan pajak. Tujuan perencanaan pajak tersebut upaya perusahaan dalam meminimalkan pajak yang terutang untuk menghasilkan laba yang optimal.

Dalam melakukan *tax planning* tersebut perusahaan menggunakan beragam skalanya dalam memanfaatkan aturan sehingga pajak menjadi kecil bahkan nihil. Misalnya seperti yang dilansir dalam detik.com perusahaan ritel mendapatkan keuntungan mencapai 10%.

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan perusahaan agar dapat membangun perusahaan yang berkelanjutan, seimbang dengan sosial, lingkungan serta membawa perubahan yang lebih baik untuk masyarakat. Dalam segi ekonomi perusahaan berorientasi mendapatkan laba, sedangkan dalam sosial lingkungannya perusahaan bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungannya. Dengan adanya hal tersebut perusahaan membentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ini merupakan realisasi nyata dari perusahaan untuk masyarakat dan lingkungan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kewajiban bagi perusahaan yang sudah diatur oleh pemerintah dalam Peraturan Pemerintah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) perusahaan sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 74 ayat (4) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Dalam menjalankan program tersebut perusahaan membutuhkan dana agar dapat melaksanakannya dengan baik, berdasarkan pasal 1 PP No.93 Tahun 2010 bentuk pengeluaran *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto dalam penghitungan penghasilan kena pajak bagi wajib pajak.(Badan Pemeriksa Keuangan, 2010)

Hal tersebut dapat mempengaruhi laba yang menjadi dasar perhitungan pajak pada perusahaan. Sehingga *Corporate Social Responsibility (CSR)* dijadikan pilihan program perusahaan sebagai bentuk perencanaan pajak. Laba merupakan ukuran keberhasilan suatu perusahaan yang memiliki banyak kegunaannya. Laba pada perusahaan dijadikan dasar untuk perpajakan, penentu kebijakan serta pengambilan keputusan di suatu perusahaan.

Pertumbuhan laba dijadikan sebagai dasar bagi perusahaan, dari pertumbuhan laba tersebut perusahaan dapat mengetahui besaran pajak yang dibayarkan perusahaan serta dapat mengatur beban, sehingga perencanaan pajak berjalan sesuai dengan ketentuan yang sudah dibuat.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Pertumbuhan Laba Terhadap Perencanaan Pajak” (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2021).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan menganggap pajak sebagai beban, sehingga perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk meminimalkan pajak.
2. Perencanaan pajak dilakukan dengan memanfaatkan kelemahan dari undang-undang untuk meminimalisir perpajakan.

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dijadikan pilihan dalam proses perencanaan perpajakan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Perencanaan Pajak?
2. Bagaimana Pengungkapan Pertumbuhan Laba terhadap Perencanaan Pajak?
3. Bagaimana Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Pertumbuhan Laba terhadap Perencanaan Pajak pada Perusahaan Manufaktur?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat penulis dalam menyelesaikan Program Studi Akuntansi Jenjang Strata Satu di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Serta tujuan dari penelitian ini untuk menemukan bukti atas hal-hal sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap perencanaan pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2020-2021.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana pengungkapan pertumbuhan laba terhadap perencanaan pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2020-2021.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan pertumbuhan laba terhadap perencanaan pajak pada perusahaan manufaktur tahun 2020-2021.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan, wawasan serta referensi dalam metode penelitian khususnya dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Pertumbuhan Laba dan Perencanaan Pajak.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan acuan untuk pihak yang membuat keputusan atau kebijakan perusahaan. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk melihat bagaimana perusahaan dalam membuat kebijakan perpajakan. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan atau program perpajakan pada tahun selanjutnya.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Berdasarkan pada teori keagenan yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*agent*) dan pemilik (*principle*) mengalami perubahan pandangan yang modern yaitu, didasarkan teori *stakeholder*.

(Chariri & Ghozali, 2007:409) menyatakan “perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholders* (kreditor, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain)”.

Teori *stakeholder* berasumsi perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada *stakeholder* dan pemiliknya saja, tetapi mempertimbangan pihak yang terkena dampak, agar perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya. Kegiatan tersebut dilakukan dengan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* seperti bantuan infrastruktur dan hal lain yang

dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan lingkungan sekitar perusahaan.

Menurut (Pujiarti & Herawati,2021) “*Corporate social responsibility (CSR)* merupakan pendekatan bisnis dengan memberikan kontribusi terhadap pembangunan yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan bagi seluruh pemangku kepentingan. CSR mendorong perusahaan untuk peduli pada lingkungan sekitar dan untuk membangun komunikasi dengan lingkungan”. Sedangkan menurut (Fitri & Mulyaningtyas, 2018) “tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dasarnya suatu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat”.

Standar pengungkapan di Indonesia menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) karena standar ini menyediakan kerangka kerja untuk mendukung pelaporan lingkungan, ekonomi dan sosial. Tujuannya untuk membantu pelaporan *sustainability report* yang meningkat dan berkualitas. Di dalam G4 terdapat komponen yang menjadi standar yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Terdapat 91 indikator didalam G4 yang dapat mengungkap perusahaan dalam membuat *sustainability report*. (Admin, 2022).

Pengukuran dilakukan dengan menepatkan item pada tabel *check list* dengan item yang telah diungkapkan perusahaan. Apabila perusahaan mengungkapkan maka diberikan nilai 1, jika tidak diungkapkan maka diberikan nilai 0 pada check list. Setelah menandai item yang diungkapkan perusahaan, dapat dijumlahkan dan dibagi dengan skor yang diharapkan. Hasil tersebut merupakan skor pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada sampel. Hal ini dinyatakan dalam rumus berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{yi}}{n_j} \times 100 \%$$

Keterangan:

- CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan J
- $\sum X_{yi}$: nilai 1, jika item y diungkapkan dan nilai 0, jika item x diungkapkan
- n_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 91

Dalam melaksanakan programnya perusahaan membutuhkan dana dalam pelaksanaannya, di dalam peraturan pemerintah No. 93 Tahun 2010 terdapat beberapa aktivitas sosial yang bisa dikurangkan melalui penghasilan bruto. Oleh sebab itu, semakin banyak perusahaan melakukan aktivitas sosialnya, semakin banyak pula celah bagi perusahaan untuk meminimalkan beban pajak, sehingga penghasilan kena pajak semakin kecil dan pajak yang dikenakan semakin rendah.

Pandangan yang ditimbulkan akan menjadi berbeda, dalam bisnis program *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan mengurangi laba, tetapi program tersebut membuat kepercayaan masyarakat yang dapat menaikkan laba perusahaan di masa mendatang.

Didalam menjalankan kegiatan usahanya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat agar perusahaan terus berjalan. Pertumbuhan laba dijadikan tolak ukur dalam menentukan capaian perusahaan, apakah terjadi peningkatan atau penurunan. Laba tersebut menjadi dasar perusahaan dalam menentukan kebijakan segala aspek dan diperlukan dalam memprediksi pertumbuhan laba untuk tahun yang akan datang.

Menurut (Harahap, 2016:310) “pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersih dibandingkan dengan tahun yang sebelumnya”. Berikut rumus mencari pertumbuhan laba:

$$Y = \frac{(\text{Laba bersih } t - \text{Laba bersih } t-1)}{\text{Laba bersih } t-1} \times 100 \%$$

Keterangan:

Laba bersih t : Laba bersih tahun sekarang
Laba bersih t-1 : Laba bersih tahun sebelumnya

Laba merupakan dasar untuk perpajakan bagi pemerintah, tetapi untuk perusahaan adalah beban yang dapat mengurangi laba bersih. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk menekan beban pajak tersebut dengan perencanaan yang diperlukan perusahaan.

Upaya yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak dan menekan beban pajak sekecil mungkin disebut dengan perencanaan pajak (*Tax Planning*). Perencanaan pajak menurut (Suandy, 2017:6) adalah: “Langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan.”

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *Generally Accepted Accounting Principle Effective Tax Rate* (GAAP ETR), merupakan besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut (Hanlon & Heitzman, 2010) “GAAP ETR mampu menggambarkan penghindaran pajak yang berasal dari dampak beda temporer dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan beban pajak”. Menurut (Lanis & Richardson, 2012) menyatakan “GAAP ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan pada literatur terdahulu. Semakin rendah nilai GAAP ETR yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat penghindaran pajaknya”.

GAAP ETR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{GAAP ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

1.6.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel Yang Diteliti		Hasil Penelitian
1	(Yoehana, 2013)	Variabel Dependen	: Agresivitas Pajak	Berdasarkan hasil penelitian ini, ketika perusahaan semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka semakin rendah tingkat penghindaran pajak. Hal ini menyebabkan CSR berpengaruh negatif terhadap perencanaan pajak.
		Variabel Independen	: Corporate Social Responsibility	

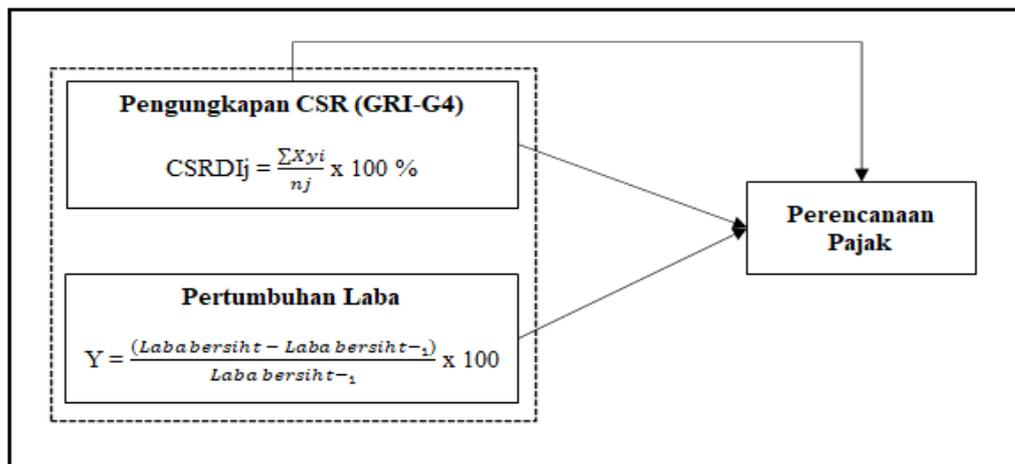
2	(Yantiari & Yasa, 2023)	Variabel Dependen	:	Agresivitas Pajak	Berdasarkan hasil penelitian ini, semakin tinggi perusahaan melakukan agresivitas pajak maka semakin tinggi perusahaan melakukannya dengan manajemen laba yang menurunkan laba sebesar 25,6% atau dengan kata lain terdapat tindakan manajemen laba yang menurunkan laba pada perusahaan yang melakukan agresivitas.
		Variabel Independen	:	Manajemen Laba	
3	(Sulisman, 2018)	Variabel Dependen	:	Perencanaan Pajak	Berdasarkan hasil penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan pengungkapan CSR dan pertumbuhan laba terhadap penghindaran pajak. Karena, perencanaan pajak yang dapat dijelaskan oleh pengungkapan CSR dan pertumbuhan laba sebesar 11.2%.
		Variabel Independen	:	Corporate Social Responsibility dan Manajemen Laba	
4	(Fitri & Mulyaningtyas, 2018)	Variabel Dependen	:	Agresivitas Pajak	Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara NDA (manajemen laba) terhadap ETR (agresivitas pajak). Secara simultan CSR dan NDA berpengaruh sebesar 51,7% terhadap agresivitas pajak.
		Variabel Independen	:	Corporate Social Responsibility dan Manajemen Laba	
5	(Pujiarti & Herawati, 2021)	Variabel Dependen	:	Agresivitas Pajak	Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Leverage berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara Corporate Social Responsibility dan
		Variabel Independen	:	Corporate Social Responsibility dan Leverage	

					leverage terhadap agresivitas pajak dengan pengaruh sebesar 35%.
--	--	--	--	--	--

(Sumber: Data yang diolah)

1.6.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



Teori Stakeholder menyatakan bahwa setiap perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan *stakeholdernya* terutama investor. Jika kebutuhan *stakeholdernya* terpenuhi maka perusahaan akan diakui oleh seluruh *stakeholder* perusahaan.

(Lanis & Richardson, 2012) dalam penelitiannya, semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* maka semakin rendah perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak. Ini membuktikan bahwa, perusahaan yang mempunyai tingkat kesadaran sosial dapat menjalin kerjasama yang baik dengan *stakeholdernya*.

(Yantiari & Yasa, 2023) membuktikan bahwa penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan dengan menurunkan laba sebelum membayar pajak. Tujuan nya agar mengurangi beban, manajemen memanfaatkan peluang melalui *judgement* terhadap estimasi akuntansi, sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan pajak.

1.6.4 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2021:84) hipotesis merupakan jawaban sementara karena jawaban tersebut didasarkan pada teori, harus berdasarkan fakta-fakta melalui data yang dikumpulkan.

Adapun hipotesis yang dikembangkan penulis dalam penelitian ini, yaitu “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Pertumbuhan Laba berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Perencanaan Pajak (Studi kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2021).

