

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah memberikan fasilitas guna mendukung kehidupan masyarakat. Fasilitas yang diberikan oleh pemerintah dapat seperti dana BPJS, pembangunan infrastruktur, dan lain-lain. Dalam mengupayakan fasilitas untuk kesejahteraan masyarakat pemerintah membutuhkan sumber dana. Peran pajak pada sumber dana pemerintah sangat vital. Dilihat dari postur pendapatan negara pada tahun 2019, Rp 1.786,4 triliun dari total pendapatan negara Rp 2.165,1 triliun berasal dari penerimaan perpajakan (www.kemenkeu.go.id). Dari proporsi tersebut, mengakibatkan pajak menjadi aspek penting bagi pemerintah dalam memberikan fasilitas untuk masyarakat.

Saat merealisasikan anggaran, pemerintah selalu tidak dapat mencapai target realisasi anggaran. Berdasarkan data realisasi pendapatan, pendapatan dari pajak hanya Rp 1.250,8 triliun (www.pajak.go.id) yang dapat terealisasi dari target penerimaan negara Rp 1.618,1 triliun (www.kemenkeu.go.id). Akibatnya, proses pemberian fasilitas untuk mensejahterakan rakyat berjalan tidak optimal. Dari pendapatan negara khususnya dari pajak yang tidak sesuai target, muncul pemikiran bahwa adanya tindakan dari sisi wajib pajak yang bertujuan untuk meminimalkan pajak. Menurut Suandy (2016b: 6) dalam praktik bisnis pengusaha mengidentifikasi pajak sebagai beban sehingga perusahaan yang tentunya wajib pajak berupaya meminimalkan beban tersebut guna memaksimalkan laba. Sehingga perusahaan melakukan perencanaan pajak dengan merekayasa agar beban pajak dapat diminimalisir dengan memanfaatkan peraturan yang ada tapi mempunyai tujuan yang berbeda dengan regulator yang dikenal dengan penghindaran pajak.

Strategi yang wajib pajak lakukan guna meminimalkan pajak secara legal yaitu dengan penghindaran pajak atau *tax avoidance*. Strategi penghindaran pajak mengakibatkan menurunnya penerimaan pajak negara (Lasmana dan Tjaraka, 2011). Penghindaran pajak memiliki sifat yang unik, dari sisi perusahaan sah

untuk dilakukan tetapi di sisi pemerintah tidak selalu diinginkan (Maharani dan Suardana, 2014). Apabila perusahaan melakukan penghindaran pajak, maka perusahaan tidak menitik beratkan kepentingan *stakeholder* perusahaan itu sendiri. Dapat diartikan bahwa perusahaan yang melakukan banyak aktivitas penghindaran pajak, maka perusahaan tersebut tidak mempunyai tanggungjawab sosial kepada masyarakat ataupun *stakeholder*. Semakin tinggi penghindaran pajak semakin perusahaan tersebut tidak memiliki upaya dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dan sebaliknya.

Saat menjalankan operasional bisnis, perusahaan harus memperhatikan semua konsekuensi yang ada. Perusahaan beroperasi untuk menghasilkan produk guna memenuhi kebutuhan publik. Operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik apabila memiliki sumber daya yang baik. Sumber daya dalam hal ini berupa alam, manusia, intelektual, dll. Dalam penggunaan sumber daya pada operasional perusahaan, tidak luput membawa kerusakan dan dampak negatif bagi masyarakat dan daerah sekitar operasional perusahaan. Maka, perusahaan mempertimbangkan melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna meminimalisir dampak negatif yang muncul pada saat perusahaan beroperasi.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tindakan melebihi kewajiban hukum perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi perusahaan secara sukarela memenuhi tanggungjawab sosial perusahaan sendiri (Commission, 2012). Pasal 1 No. 3 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjelaskan bahwa komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pada prinsipnya, CSR bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Berdasarkan pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas dijelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan

tanggungjawab sosial dan lingkungan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan, apabila tidak dilaksanakan maka perusahaan akan dikenakan sanksi sesuai peraturan Undang-Undang. Dengan melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya, perusahaan mampu membangun *brand image* ditengah persaingan antar perusahaan sehingga menimbulkan *customer loyalty* dan mempertahankan reputasi bisnis perusahaan itu sendiri. Selain itu, perusahaan yang mengungkapkan CSR mendapatkan *license to operate* dari Pemerintah maupun dari publik dikarenakan perusahaan memenuhi standar tertentu dan memiliki kepedulian sosial.

Pada beberapa tahun terakhir banyak perusahaan mempertimbangkan melakukan program CSR dan melaporkannya, salah satunya adalah PT Djarum. Pilar-pilar CSR yang diungkapkan oleh PT Djarum antara lain, Bakti Olahraga Djarum *Foundation*, Bakti Pendidikan Djarum *Foundation*, dan lain-lain. Bakti Olahraga Djarum *Foundation* salah satu program yang telah dikenal secara luas oleh masyarakat dikarenakan melahirkan atlet-atlet yang handal dan banyak membawa Indonesia ke jenjang internasional. Dengan dua program CSR yang diungkapkan oleh PT Djarum, citra dari perusahaan semakin membaik dan perusahaan dapat beroperasi dengan optimal. Dapat disimpulkan bahwa, CSR dan pengungkapannya merupakan sebuah biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk membuat citra baik bagi perusahaan di masyarakat guna membantu melancarkan operasional perusahaan. Di lain sisi, pengungkapan CSR merupakan sebuah tanda tanggungjawab sosial perusahaan bagi masyarakat sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Konfirmasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak didukung oleh teori legitimasi. Dalam teori legitimasi perusahaan selalu berusaha meluruskan antara nilai-nilai perusahaan dengan peraturan-peraturan atau norma sosial di lingkungan sekitar perusahaan (Dowling dan Pfeffer, 1975). Maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan guna mendapatkan legitimasi dari masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya yaitu dengan cara memabayar pajak yang sesuai perhitungan dan tidak melakukan penghindaran pajak yang berdampak negatif dan perusahaan terlibat dalam kegiatan CSR dan mengungkapkannya ke

publik yang bermanfaat bagi lingkungan sosial perusahaan dan *image* perusahaan. Dapat diambil kesimpulan bahwa pajak dan CSR memiliki dasar yang sama yaitu beban yang digunakan untuk kesejahteraan masyarakat. Menurut Yoehana (2013), dengan perusahaan menyadari pentingnya CSR, maka perusahaan menyadari pentingnya kontribusi sosial yang diberikan oleh perusahaan dalam membayar pajak untuk kepentingan umum. Demikian halnya dengan temuan Lanis dan Richardson (2012) bahwa pengungkapan CSR yang semakin tinggi, maka semakin rendah aktivitas penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan Sari dan Tjen (2017), Dewi dan Noviani (2017), dan López - González dkk. (2019) yang mencari hubungan pengaruh pengungkapan CSR dengan penghindaran pajak menemukan hasil yang serupa, semakin tinggi index pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin perusahaan mempertimbangkan kontribusi untuk masyarakat dan mengurangi aktivitas penghindaran pajak perusahaan itu sendiri.

Namun, penelitian yang dilakukan Wiguna dan Jati (2017) menunjukkan semakin tinggi tingkat index pengungkapan CSR diiringi dengan semakin tingginya tingkat penghindaran pajak. Penelitian ini menunjukkan bahwa, perusahaan yang melakukan aktivitas penghindaran pajak akan mengalokasikan dana penghindaran pajaknya untuk dana aktivitas CSR perusahaan. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Wirakusuma (2019) menunjukkan bahwa aktivitas CSR dan pengungkapannya tidak mempengaruhi aktivitas penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

Perusahaan dalam mengungkapkan CSR, tentunya melibatkan keputusan dari manajemen atau CEO perusahaan. Keputusan CEO dalam melakukan CSR beserta pengungkapannya dapat dipengaruhi oleh *overconfidence*. *Overconfidence* merupakan sebuah kecenderungan seseorang dalam melebihkan kemampuan, pengetahuan, serta ketepatan dari suatu informasi (Bhandari dan Deaves, 2006). Perilaku *overconfidence* merupakan salah satu bias kognitif pada seorang CEO dan mempengaruhi keputusan strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori *Upper Echelon* oleh Hambrick dan Mason (1984), perilaku perusahaan atau organisasi cerminan dari sifat-sifat pribadi manajer atas. CEO

yang cenderung *overconfidence* akan lebih melihat kinerja dan laba perusahaan daripada aktivitas pengungkapan CSR yang notabene meningkatkan ataupun melindungi nilai perusahaan. Menurut McCarthy dkk. (2017), CEO yang *confidence* memiliki hubungan negatif terhadap aktivitas-aktivitas CSR perusahaan. CEO yang *overconfidence* juga cenderung *overestimate* dalam mendapatkan laba, sehingga muncul perbedaan antara ekspektasi pendapatan dengan kinerja riil perusahaan dan mengakibatkan perusahaan dituntut melakukan pengelolaan hasil keuangan guna menemui ekspektasi CEO dan memenuhi *overconfidence*. Dalam hal ini, strategi memaksimalkan laba dan mengurangi beban yang akan digunakan oleh *overconfidence* CEO dengan cara penghindaran pajak. Karena, pajak adalah beban yang kemungkinan bisa diatur. Dari penelitian Hsieh dkk. (2018), ditemukan bahwa perusahaan dengan CEO yang *overconfidence* cenderung melakukan praktik penghindaran pajak. Adanya pengaruh *overconfidence* pada CEO dalam menentukan strategi perusahaan, maka penulis menambahkan *overconfidence* sebagai variabel moderasi. Selain pengaruh dari *overconfidence*, keputusan strategi perusahaan dipengaruhi oleh lingkungan luar perusahaan salah satunya hubungan politik.

Menurut Purwoto (2011), perusahaan yang mempunyai hubungan politik adalah perusahaan yang dimana melakukan cara – cara tertentu guna mempunyai ikatan secara politik. Didukung oleh Leuz dan Oberholzer-Gee (2006) dimana perusahaan dianggap mempunyai hubungan politik apabila terdapat salah satu dari dewan direksi mempunyai hubungan erat dengan partai politik maupun politikus. Dengan adanya hubungan politik, perusahaan mempunyai strategi guna berkompetisi dengan perusahaan lain.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Zhang (2016), bisa ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang memiliki hubungan politik cenderung lebih banyak melakukan praktik penghindaran pajak karena didukung oleh rendahnya probabilitas untuk terdeteksi, rendahnya tingkat transparansi, dan lebih banyak memiliki informasi terkait perubahan-perubahan peraturan terutama perubahan peraturan perpajakan yang akan datang. Namun, Lin dkk. (2018) penelitian mereka mengungkapkan bahwa hubungan politik dapat menguatkan

penegakan kepatuhan perpajakan di dalam kondisi ekonomi tertentu. Maka dari itu, penulis memilih hubungan politik sebagai variabel moderasi.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Berbagai penelitian sebelumnya mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak memberikan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dkk. (2018) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Selain itu penelitian yang dilakukan Park (2017) dan López - González dkk. (2019) mengungkapkan hal yang sama bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Jadi, perusahaan yang memiliki index pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki aktivitas penghindaran pajak yang rendah.

Sebaliknya, penelitian yang dilakukan Wiguna dan Jati (2017) menemukan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dikarenakan perusahaan masih melihat aktifitas CSR sebagai beban dan bukan melihat sebagai bagian dari pengembangan masyarakat. Selain itu, penelitian Pratiwi dan Siregar (2019) juga menemukan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif terhadap penghindaran pajak, karena aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk melindungi tindakan menipu perusahaan salah satunya penghindaran pajak. Sementara, penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Wirakusuma (2019) menemukan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan dikarenakan penerbitan *sustainability report* yang belum dilakukan oleh seluruh perusahaan.

Dari uraian di atas, penelitian ini membahas mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak dengan perusahaan yang mempunyai *Overconfidence* CEO dan hubungan politik sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan

kuantitatif dengan sampel yang digunakan yaitu perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2018.

1.3 Tujuan

Belandaskan penjabaran akan latar belakang, maka tujuan dari penelitian disusun sebagai berikut:

1. Mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak.
2. Mendapatkan bukti empiris tentang peran moderasi hubungan politik dalam pengaruh pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak.
3. Mendapatkan bukti empiris tentang peran moderasi *Overconfidence* dalam pengaruh pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sumber data sekunder yaitu laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Populasi yang digunakan yaitu semua perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2018.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil dari pengujian pada penelitian menyatakan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak yang berarti semakin tinggi index pengungkapan CSR, semakin tinggi tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Hubungan politik dan CEO *overconfidence* sama-sama melemahkan hubungan pengungkapan CSR dan penghindaran pajak. Artinya, perusahaan dengan CEO yang mempunyai hubungan politik dan/atau *overconfidence* akan menurunkan tindakan penghindaran pajaknya.

1.6 Kontribusi Riset

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada regulator dan investor agar dapat lebih memahami praktik bisnis perusahaan pada perencanaan pajak dari perspektif CSR. Sehingga dengan adanya bukti dari penelitian ini, pemerintah dan khususnya Direktorat Jendral Pajak lebih tegas dalam kebijakannya terkait perpajakan sehingga penerimaan pajak negara dapat

diperoleh secara maksimal atau lebih tegas pada peraturan dan untuk perusahaan agar lebih memperhatikan tanggungjawab sosial kepada masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan berkontribusi pada teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori legitimasi. Diharapkan juga penelitian ini dapat berkontribusi pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohanadas dkk. (2019) untuk menggunakan periode penelitian yang lebih lama agar hasil dari penelitian mampu menggambarkan kondisi perusahaan. Maka dari itu, pada penelitian ini menambahkan hubungan politik dan CEO *overconfidence* sebagai variabel moderasi dan menggunakan periode antara 2013-2018

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan menjabarkan ikhtisar isi dari tiap bab untuk memberikan garis besar umum dan membantu pembaca untuk memahami isi dari penelitian ini. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut

BAB 1: PENDAHULUAN

Pendahuluan menggambarkan mengenai latar belakang dan tujuan dilakukannya penelitian ini. Bab ini berisi juga kesenjangan penelitian dari penelitian terdahulu, ringkasan metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset pada berbagai hal, dan sistematik penulisan skripsi.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian berisi landasan teori yang mendasari penelitian ini seperti teori legitimasi, *rent-seeking theory*, *upper-echelon theory*, dan teori lainnya yang berkaitan dengan variabel penelitian yang dibahas yaitu pengungkapan CSR, penghindaran pajak, hubungan politik, dan *Overconfidence*. Dijelaskan juga tentang penelitian terdahulu yang memiliki subjek yang sesuai dengan penelitian. Selain itu, bagian ini membahas pengembangan hipotesis yang menguraikan hubungan antar variabel.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini membahas metode penelitian yaitu metode penelitian kuantitatif serta membahas identifikasi setiap variabel penelitian dan menjabarkan mengenai definisi operasional dari masing-masing variabel. Selain itu, bagian ini

juga membahas mengenai sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil pengujian melalui serangkaian model analisis serta menyertakan pembahasan dari hasil pengujian, pembahasan deskripsi penelitian, dan pembahasan hipotesis penelitian.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan akan hasil penelitian, keterbatasan peneliti selama melakukan penelitian, dan saran yang ditujukan kepada pihak terkait.