

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara guna membiayai pembangunan negara, sehingga pemerintah akan selalu berusaha memaksimalkan penerimaan pajak. Penerimaan pajak berasal dari berbagai subjek pajak yang salah satunya adalah perusahaan. Perusahaan sebagai wajib pajak mempunyai kewajiban untuk membayar pajak, namun bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan. Maka untuk tetap mempertahankan laba yang optimal, perusahaan akan meningkatkan pendapatan dan menekan beban pada tingkat minimum. Salah satu beban yang harus dikelola oleh perusahaan ialah beban pajak.

Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menekan beban pada tingkat minimum yaitu dengan melakukan penghematan pajak. Penghematan pajak sebagai upaya perusahaan untuk mendapatkan laba yang optimal melalui agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan pelaporan pajak agresif yang mencakup berbagai transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan dan merupakan bagian dari kegiatan penghindaran pajak (Slemrod, 2004) dalam Hanlon dan Heitzman (2010).

Menurut Christensen dan Murphy (2004); Erle dan Schon (2008) dalam Lanis dan Richardson (2012), agresivitas pajak perusahaan dapat dianggap sebagai aktivitas yang tidak bertanggung jawab secara sosial.

Sedangkan Watson (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan dengan perusahaan yang sadar sosial.

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Syukron, 2015).

Konsep CSR tidak hanya ada pada ekonomi konvensional tetapi juga terdapat pada ekonomi Islam. Konsep CSR dalam Islam sangat berkaitan dengan perusahaan – perusahaan yang menjalankan praktik bisnisnya menggunakan konsep Islam (syariah). Konsep ini dalam Islam lebih menekankan bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah dalam dimensi perusahaan. Nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang hingga saat ini (Widiawati, 2012).

Islam mengajarkan bahwa tidak cukup bagi seorang Muslim hanya menfokuskan diri beribadah kepada Allah. Dalam Islam, manusia merupakan *khalifah* di muka bumi, sehingga manusia juga harus menyemarakkan

kebaikan kepada sesama makhluk ciptaan-Nya. Oleh sebab itu, kesempurnaan iman seorang muslim tidak dapat hanya dicapai dengan hubungan vertikal kepada Allah saja, tetapi juga harus dibarengi dengan hubungan yang baik kepada sesama makhluk ciptaan Allah (Sofyani *et al.*, 2012).

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran islam itu sendiri (Syukron, 2015). Tujuan dari syariat Islam adalah memelihara tujuan syara' atau peraturan Allah yang berupa ketentuan-ketentuan dan aturan-aturan tentang tingkah laku manusia yang berlaku dan bersifat mengikat bagi seluruh umat Islam dan meraih manfaat atau menghindarkan tindakan yang merugikan diri sendiri atau orang lain sehingga bisnis bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis syariah dituntut untuk mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, memberikan rasa adil, kebersamaan dan kekeluargaan serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, telah mengatur tentang biaya yang dikecualikan dari objek pajak. Ketentuan tentang hal ini diatur dalam Pasal 4 ayat (3) huruf a, dan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2010 disebutkan bahwa zakat atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib dikurangkan dari penghasilan bruto. Zakat yang dibayarkannya dapat menjadi faktor pengurang penghasilan kena pajak, sehingga mengurangi kewajiban pajak yang harus dibayar. Syaratnya, pembayaran zakat harus dilakukan melalui BAZNAS, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang teregistrasi. Pembayaran zakat atas gaji karyawan melalui

Unit Pengumpul Zakat (UPZ) Kementerian/Lembaga dan BUMN juga termasuk dalam insentif tersebut.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, telah mengatur tentang perlakuan Pajak Penghasilan atas pengeluaran atau biaya yang dikeluarkan dalam rangka Corporate Social Responsibility (CSR). Ketentuan tentang hal ini diatur dalam Pasal 6 ayat (1) huruf i, j, k, l, dan m, di mana ditegaskan bahwa besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap (BUT), ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan. Tidak seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk sumbangan dapat dibebankan, biaya dalam rangka CSR yang pengeluarannya dapat dibebankan atau dibiayakan hanya sumbangan tertentu seperti sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional, pengembangan, pembagunan infrastruktur sosial, pendidikan, dan pembinaan olah raga yang ketentuannya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 93 Tahun 2010.

Biaya dalam rangka CSR yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 sesuai dengan beberapa *item* dalam *Islamic Social Reporting*. Zakat, *scholarship*, *social activities*, dan *sponsoring* merupakan tindakan yang menunjukkan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin tinggi tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan maka dianggap semakin taat perusahaan terhadap pajak yang berarti tidak agresif terhadap pajak.

Kaitan antara CSR dengan agresivitas pajak telah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu seperti Yoehana (2013) dengan judul analisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Penelitian serupa dilakukan oleh Purwanggono (2015) namun dengan tambahan variabel independen kepemilikan mayoritas menunjukkan hasil yang sama yaitu variabel tanggung jawab sosial perusahaan dan kepemilikan keluarga berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sagala (2015) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan berarti semakin besar tanggung jawab perusahaan tersebut. Semakin besar tanggung jawab sosialnya maka semakin besar pula tanggung jawab perusahaan terhadap pajak maka tindakan agresif terhadap pajak semakin rendah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis termotivasi untuk menguji pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2012-2015. Perusahaan yang termasuk dalam JII adalah perusahaan dengan saham syariah yang paling likuid dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. Penulis termotivasi menguji variabel tersebut karena untuk mengetahui apakah perusahaan berbasis syariah yang memiliki tujuan utama untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sesuai dengan ajaran agama,

melakukan aktivitas ICSR benar-benar untuk kepentingan masyarakat. Variabel ICSR dipilih karena terdapat keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional, pelaporan sosial konvensional hanya fokus pada aspek material dan moral, seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial, maka dengan menggunakan ISR dapat membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban kepada Allah.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teori

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan referensi dan dapat berkontribusi terhadap peneliti selanjutnya terkait penelitian tentang pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Agresivitas Pajak.

1.4.2 Kontribusi Praktik

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menunjukkan bahwa sikap perusahaan terhadap CSR akan memberikan dampak secara luas tidak hanya pada kinerja perusahaan saja, tetapi juga sikapnya terhadap pajak.

Bagi investor, bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi *sustainability* dan *image* perusahaan tersebut.

Bagi pihak regulator, penelitian ini menyediakan wawasan penting bagi para pembuat kebijakan pajak yang berusaha untuk mengidentifikasi keadaan di mana risiko agresivitas pajak perusahaan lebih tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendukung penelitian ini meliputi teori-teori yang mendasari dan berkaitan dengan variabel penelitian, pengembangan hipotesis serta paparan mengenai penelitian terdahulu.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional variabel, jenis

dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil pengukuran variabel penelitian, statistik deskriptif, hasil dari analisis data, dan penjelasan terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini terdiri atas kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya.

