

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah rancangan dan program yang dipersiapkan dan dilangsungkan oleh perusahaan demi kepedulian dan kewajiban terhadap kondisi lingkungan dan sosial di lingkungan internal dan eksternal. Banyak emiten di Indonesia yang telah menerapkan praktik pengungkapan CSR. *Corporate Social Responsibility* harus bertumpu pada *triple bottom lines*, dalam sebuah perusahaan tidak hanya memaksimalkan keuntungan tanpa memandang dampaknya, tetapi juga meninjau kondisi sosial dan lingkungan. Penelitian Garel & Petit-Romec (2020) memberikan bukti bahwa perusahaan dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* secara terbuka akan dihargai oleh para pemangku kepentingan.

Indonesia telah memiliki peraturan pemerintah tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Adapun peraturan lainnya yang mengarahkan perusahaan untuk berpartisipasi melindungi dan merawat lingkungan dan sosial lingkungan seperti tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan Perseroan Terbatas (PT). Tetapi, ada beberapa perusahaan yang belum mengimplementasikan sinkron dengan perundang-undangan dan beberapa pelaku bisnis telah memandang bahwa program CSR hanya sebagai bentuk aktivitas yang dilakukan sukarela. Perusahaan yang melakukan program CSR dapat meningkatkan *image* perusahaan di depan publik. Pada saat pemerintah mengeluarkan undang-undang Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang memestikan perusahaan untuk melakukan CSR, banyak perusahaan yang tidak setuju karena perusahaan sudah mengeluarkan atau membayar pajak untuk kepentingan masyarakat. Dimana saat perusahaan melakukan program CSR akan menjadi biaya tambahan buat perusahaan dan mengurangi daya saing perusahaan (Sari & Tjen, 2016).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan bentuk kegiatan wajib suatu perusahaan untuk meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Pihak internal perusahaan diharapkan dapat melakukan kegiatan CSR untuk menarik perhatian masyarakat. Selain itu, terdapat beberapa perspektif terkait pengungkapan CSR. Menurut Hotria & Afriyenti (2018) pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang dilangsungkan oleh perusahaan berdasarkan kejadian atau akibat sosial dan lingkungan yang ditimbulkannya. Menurut Setyoari & Tjaraka (2018) alasan perusahaan menerapkan CSR dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori. Alasan pertama adalah tujuan untuk mendongkrak citra perusahaan. Alasan kedua adalah pemenuhan kewajiban, karena prasyarat pengungkapan CSR telah tertuang dalam peraturan, undang-undang, dan aturan lain, yang ada untuk memaksa perusahaan untuk mematuinya. Alasan ketiga adalah karena adanya faktor dorongan dari pihak internal perusahaan. Dalam pengertian ini dapat disimpulkan bahwa demi keberlangsungan bisnis, kesehatan finansial bukan satu-satunya syarat untuk memastikan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan, tetapi pengungkapan *corporate social responsibility* juga penting.

Aktivitas CSR yang dilangsungkan oleh perusahaan salah satunya sebagai wujud kewajiban sosial perusahaan atas aktivitas bisnisnya yang membawa dampak sosial bagi masyarakat. Salah satu contoh dampak aktivitas perusahaan terhadap masyarakat nampak pada kasus pencemaran lingkungan yang terjadi di Bengawan Solo. Pada 10 Mei 2020, pipa pengolahan limbah PT Rayon Utama Makmur (RUM) bocor dan dialirkan ke Kali Gupit. Warga Dusun Ngepos mengeluhkan limbah dari PT RUM mencemari air sumur mereka dan menimbulkan bau yang tidak sedap. Pada tanggal 13 dan 15 Mei dilakukan uji baku mutu air sampel. Hasil uji laboratorium menunjukkan bahwa kadar sulfida tiap-tiap tempat memperoleh 0,8, 0,6 dan 1,0 yang melampaui batas baku mutu 0,3. Kadar sulfida yang tinggi bisa membuat kulit gatal dan menyebabkan nyeri kulit. Bintoro Dibyoseputro, Sekretaris PT RUM, membantah perusahaan itu mencemari lingkungan. Bintoro Dibyoseputro menyatakan bahwa penyisihan limbah perusahaan sudah memenuhi standar ketentuan yang sudah berlaku dalam sistem pelaporan pemantauan online (Tirto.id, 2020).

Pencemaran terjadi juga di Kali Langsur. Penduduk berasal 13 desa di sejauh aliran sungai menyebut PT Sri Rejeki Isman sebagai pelakunya. Limbah perusahaan mengalir dari irigasi belakang publik mengarah ke Kali Langsur. Kadar sulfide yang terdapat dalam sampel hasil uji laboratorium pada tanggal 15 Mei 2020 adalah 1,2 atau 4 kali lebih tinggi dari baku mutu. Pada 2007-2009 tahun yang lalu, warga juga protes kepada Sritex karena adanya fenomena *pladu* dimana ikan-ikan yang ada di kali langsur mati dan mengapung di permukaan kali di akibatkan dari limbah Sritex. Warga menuntut Sritex membayar kerugian Rp. 129 milyar, tetapi berakhir tanpa kesepakatan.

Lebih lanjut terjadi pencemaran lingkungan yang dapat mengganggu aktivitas masyarakat di Jakarta juga terjadi pencemaran udara yang dilakukan perusahaan Indonesia Acid Industry dan perusahaan Mahkota Indonesia. Badan Lingkungan Hidup DKI Jakarta memeriksa dan menertibkan kedua perusahaan tersebut dan membuktikan bahwa emisi cerobong asap mereka melebihi baku mutu yang ditentukan. Kepala Badan Lingkungan Hidup DKI Jakarta telah menggugat kepada kedua perusahaan tersebut, yakni sanksi yang berada di peraturan tentang baku mutu emisi sumber tidak bergerak bagi usaha. Komponen yang perlu dipantau antara lain kepatuhan terhadap baku mutu emisi cerobong asap, pemasangan peralatan pengolahan limbah domestik, pengelolaan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), dan kepatuhan terhadap laporan kegiatan pengendalian lingkungan (Republika.co.id, 2019).

Kegiatan suatu organisasi/perusahaan tidak terlepas dari kontak masyarakat, maka suatu perusahaan harus melaksanakan suatu program CSR yang mana bisa sebagai bentuk perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan. Sehubungan dengan keadaan tersebut, sangat diperlukan untuk perusahaan berperan juga dalam pemeliharaan dan kepedulian terhadap aspek sosial masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Pada penelitian ini ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR yaitu agresivitas pajak, media *exposure*, *gender diversity* dan ukuran perusahaan.

Perusahaan yang agresif terhadap pajak memiliki kewajiban mengungkapkan kegiatan CSR lebih berlimpah. Ini merupakan taktik untuk memperoleh kepercayaan publik dan beban pajak yang dikeluarkan akan dialihkan

menjadi beban *Corporate Social Responsibility*. Bertambahnya tindakan agresivitas pajak maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan semakin maksimal. Kegiatan CSR yang dilaksanakan perusahaan akan dilaporkan dan diungkapkan pada *annual report* dan *sustainability report* perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Setyoari & Tjaraka (2018), Plorensia & Hardiningsih (2015) dan Mashuri & Ermaya (2020) hasil penelitiannya agresivitas pajak berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Hotria & Afriyenti (2018) dan Grandis & Panggabean (2018) hasil penelitiannya menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Kasus yang berkaitan dengan agresivitas pajak terjadi diantara British American Tobacco yang pernah melakukan agresivitas pajak di Indonesia melalui PT Bentoel Internasional Investama. Pelanggaran yang dilakukan BAT yaitu memindahkan separuh pendapatannya keluar dari Indonesia dengan cara utang intra-perusahaan dan pelunasan ulang ke Inggris untuk imbalan, biaya dan jasa. Akibat permasalahan tersebut negara menerima kerugian sebesar US\$ 14 juta pertahun (Kontan, 2019).

Faktor *media exposure* dapat mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. *Media exposure* merupakan suatu alat untuk masyarakat mengetahui aktivitas perusahaan yang tidak diketahui karena perusahaan nantinya akan mengungkapkan CSR di dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. *Media website* juga dapat membantu masyarakat mendapatkan informasi mengenai laporan keuangan kegiatan operasional dan keadaan perusahaan.

Keadaan yang mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR tentu di pengaruhi oleh keputusan yang diambil pihak manajemen. Kekuatan perusahaan saat meningkatkan ikatan yang baik dengan *stakeholders* dengan melakukan aktivitas CSR erat kaitannya dengan dengan karakteristik anggota dewan komisaris dan direksi. Karakteristik dalam anggota dewan meliputi usia, jenis kelamin dan pendidikan. Namun pada penelitian ini akan secara spesifik membahas mengenai *gender diversity* dari dewan komisaris. Karakteristik dewan komisaris merupakan faktor penting tata kelola perusahaan yang menentukan tingkat pengungkapan

sosial dan lingkungan. Menurut Bear et al., (2010) kehadiran direktur perempuan di dalam dewan komisaris dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan stakeholders karena perempuan menunjukkan rasa tanggung jawab sosial perusahaan yang ekstra kuat dibandingkan dengan direktur laki-laki yang berorientasi pada kinerja. Dalam hal ini, Liao et al., (2018) berpendapat bahwa keragaman *gender* merupakan indikator bahwa perusahaan-perusahaan ini memiliki tingkat tanggung jawab sosial dan akuntabilitas manajemen yang lebih tinggi. Faktor lainnya yang dapat mengungkapkan CSR yaitu ukuran perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya mengenai total aset yang dimiliki suatu perusahaan pada periode tahun berjalan.

Penelitian ini mengacu dari penelitian terdahulu yaitu Mashuri & Ermaya (2020). Namun, terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu proxy agresivitas pajak pada penelitian ini menggunakan *Book Tax Difference* dan adanya penambahan variabel *Gender Diversity*. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur dan perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang sudah diuraikan jelas diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak, *media exposure* dan *gender diversity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Apakah *gender diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Septi Damayanti, 2021

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, MEDIA EXPOSURE DAN GENDER DIVERSITY TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id– www.repository.upnvj.ac.id]

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- c. Mengetahui pengaruh *gender diversity* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti berharap dapat memberikan manfaat dari studi kasus ini sebagai berikut:

- a. Aspek Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam pengembangan di bidang Akuntansi mengenai aspek yang terkait dengan CSR. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pijakan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

- b. Aspek Praktis :

1. Bagi Pemerintah

Memberikan informasi bagi regulator mengenai apakah manajemen perusahaan menggunakan pengungkapan CSR sebagai suatu bentuk upaya manajemen untuk malakukan tindakan agresivitas pajak atau benar sebagai suatu tindakan yang merepresentasikan tanggung jawab sosial mereka.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitiannya dapat menambahkan informasi dan memberikan gambaran kepada perusahaan untuk dapat bisa lebih memaksimalkan pengungkapan CSR sebagai bukti bahwa perusahaan memberikan peduli terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.

3. Bagi Investor

Dapat memberikan informasi bagi investor untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan dan dapat memilih perusahaan yang baik untuk berinvestasi.