BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsep *social sustainability* muncul sebagai kelanjutan konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang telah dicetuskan sebelumnya. Konsep ini muncul dalam pertemuan di Yohannesberg pada tahun 2002 yang dilatarbelakangi oleh alasan-alasan: 1) konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang dikembangkan sebelumnya belum dapat mengangkat kesejahteraan komunitas di negara-negara di dunia; 2) perlunya suatu tatanan aturan untuk menyeimbangkan kesejahteraan pembangunan baik di negara-negara selatan maupun negara-negara utara.

Dengan latar belakang tersebut dirumuskan suatu visi yang sama dalam dunia usaha yang makin menglobal dan mengarah pada liberalisasi untuk mewujudkan kebersamaan aturan bagi tingkat kesejahteraan umat manusia yaitu konsep *social sustainability*. Dalam perkembangan selanjutnya ketiga konsep ini menjadi patokan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang kita kenal dengan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR).* CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa ”Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Menurut Sankat dan Clement (2002) dalam Rudito dan Famiola (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas.

Berbagai peristiwa negatif yang menimpa sejumlah perusahaan, terutama setelah reformasi, seharusnya menjadi pelajaran berharga bagi para pemilik dan manajemen perusahaan untuk memberikan perhatian dan tanggung jawab yang lebih baik kepada masyarakat, khususnya di sekitar lokasi perusahaan. Banyak perusahaan didemo, dihujat, bahkan dirusak oleh masyarakat sekitar lokasi pabrik salah satu penyebabnya adalah kurangnya perhatian dan tanggung jawab manajemen dan pemilik perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan di sekitar lokasi perusahaan.(Surahmat, 2009).

Untuk menghindari peristwa negatif tersebut perusahaan BUMN yang ada di Bandung terus berupaya mewujudkan tanggung jawab sosialnya, seperti PT. Telkom terus berupaya mewujudkan tanggung jawab sosialnya kepada

masyarakat secara berkelanjutan dengan memperkenalkan dan membantu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (ICT, *Information and Communication Technology*) kepada masyarakat, khususnya dunia pendidikan.(Anton Wijanarko ,2011). Sementara itu PT. KAI terlibat dalam beberapa kegiatan sosial yang diantaranya adalah PT. KAI berpartisipasi dalam gerakan cikapundung bersih yang dilaksanakan oleh Pemkot Bandung, kemudian PT. KAI juga berpartisipasi dalam pengelolaan sampah dan penghijauan di DAOP 2 / Stasiun Besar Bandung. Dari beberapa kegiatan CSR yang dilakukan PT. KAI diatas membuktikan bahwa PT. KAI tidak hanya untuk mencari keuntungan/ laba semata tapi ikut andil dalam kegiatan-kegiatan sosial.(Ayut Hidayat,2009).

Kemudian PT. INTI (Persero) memiliki kepedulian dalam meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba, lewat sebuah unit PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) PT. INTI (persero) tidak hanya membantu memperkuat usaha kecil dan menengah namun juga bertanggung jawab dalam memberdayakan kondisi sosial masyarakat disekitar perusahaan berdiri, seperti bantuan sarana dan prasarana pendidikan, peningkatan kesehatan masyarakat, dll.(Kasnanta ,2010). Sementara itu PT. Kimia Farma Tbk memiliki tanggung jawab dan berperan secara aktif untuk mendukung program pemerintah dalam menyehatkan masyarakat Indonesia, dengan Visi komitmen pada peningkatan kualitas kehidupan, kesehatan dan lingkungan, Tanggung jawab dan peran aktif tersebut merupakan bagian dari kepedulian dan perhatian Kimia Farma dalam program Corporate Social Responsibility (CSR). Kimia Farma secara rutin melaksanakan

program-program sosial, diantaranya melakukan bhakti sosial berupa khitanan masal, donor darah, menyantuni anak-anak yatim piatu, membantu rumah-rumah ibadah dan memberi bantuan obat-obatan pada korban bencana alam.(Mamat.H ,2010).

Kemudian kegiatan sosial dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan PT. PNDAD (Persero) sebagai salah satu bentuk kepedulian PT. PINDAD (Persero) terhadap lingkungan sekitar diantaranya adalah penyerahan seperangat alat kebersihan yang diberikan kepada beberapa kelurahan, *fogging* untuk masyarakat skitar prusahaan dan pemberian bantuan kepada yayasan penyandang cacat. (Cipto P ,2010).

CSR sebenarnya lebih berorientasi pada masyarakat dan bisnis. Apakah itu sektor bisnis swasta yang didasarkan pada kepemilikan pribadi yang selalu mengejar profit atau dapat juga diberi tanggung jawab pada atas hak masyarakat umum, mengingat pengaruh bisnis ini begitu besar. Bisnis sendiri selalu ber*platform* pada tujuan menumpuk keuntungan dan kekayaan. Tanggung jawab sosial yang dibebankan pada sektor bisnis akan mengurangi pencapaian tujuan penumpukan profit.

Menurut Ronny Irawan (2008), memang saat ini perusahaan dituntut tidak hanya mencari keuntungan saja. Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan harus merubah orientasi tujuannya, bukan lagi hanya untuk mencari laba setinggi-tingginya, tetapi juga harus memperhatikan lingkungan sekitarnya. Dari segi ekonomi memang perusahaan harus mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dari segi sosial pun perusahaan harus memberikan

kontribusi dalam kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

Dilihat dari aspek investasi, sebenarnya para investor juga memiliki kecederungan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial, atau kepada perusahaan yang mempunyai standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Para investor juga memperhatikan masalah kepedulian sosial ke dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena itu perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan. Manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Tanggung jawab sosial dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya (Sembiring, 2006). Perusahaan dapat melaporkan dapat melaporkan informasi tersebut dalam laporan tahunan atau dalam laporan yang terpisah.

Di aspek hukum, perusahaan tidak hanya bertanggungjawab secara ekonomis dan sosial, karena perusahaan harus taat atau tunduk kepada peraturan yang ditetapkan pemerintah. Seperti keluarnya Undang-Undang Tentang Perseroaan Terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Jika peraturan ini dilanggar maka perusahaan akan menanggung risiko untuk diberhentikan operasinya

Dari aspek perpajakan, masalah penyediaan dana CSR terkait erat dengan kondisi perpajakan apabila dilihat dari perspektif perusahaan. Dari sudut Pajak Penghasilan (PPh), perusahaan biasanya harus memilih strategi sehingga semua biaya yang dikeluarkan untuk program CSR yang dipilih dapat dibebankan sebagai biaya yang mengurangi laba kena pajak. Sementara dari sudut Pajak Pertambahan Nilai (PPN), perusahaan biasanya memilih strategi tertentu sehingga barang atau jasa yang diberikan kepada pihak penerima tidak terhutang PPN atau kalaupun terhutang diupayakan seminimal mungkin. (M. Iqbal Alamsyah,2010)

Sesuai dengan pernyataan Ronny Irawan (2008), Perusahaan dalam menerapkan program CSR harus memperhatikan aspek perpajakan yang berlaku, baik dari aspek Pajak penghasilan maupun PPN. Suatu hal yang disayangkan jika bantuan atau sumbangan yang diberikan oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatan kualitas kehidupan dan lingkungan ternyata tidak dapat diakui sebagai pengurang dari penghasilan bruto perusahaan.

Menurut Djimanto (2010), keputusan pemerintah untuk mewajibkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditolak oleh kalangan pengusaha. Hal ini disebabkan sebenarnya untuk masalah kewajiban perusahaan untuk pelayanan publik sudah terwadahi dalam mekanisme pajak. Program CSR merupakan domain dunia usaha yang tidak perlu campur tangan oleh pemerintah. Pasca pengesahaan Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas, protes maupun tuntutan insentif pajak dari perusahaan pun menyeruak (M.Husni, 2008)**.**

Memang biaya tanggung jawab sosial yang diatur oleh pajak ini baru

mengarah pada tanggung jawab sosial perusahaan untuk kalangan internal. Peraturan lain yang mengatur tentang tanggung jawab sosial sebagai biaya yang boleh dikurangkan dari penghasilan bruto untuk perhitungan pajak diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 609/PMK.03/2004 tentang perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan bencana alam di Nanggroe Aceh Darusalam dan Sumatera Utara. Tetapi, menurut Undang-Undang tersebut perusahaan tidak dapat seenaknya membebankan biaya tanggung jawab sosial ini sebagai pengurang penghasilan bruto untuk perhitungan perpajakan, kecuali diatur terlebih dahulu.(Yenni Mangoting,2007).

Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan, Direktorat Jenderal Pajak menegaskan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau C*orporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi pengurang penghasilan bruto dalam penentuan penghasilan kena pajak. Meski demikian, kegiatan CSR yang bisa menjadi pengurang penghasilan bruto dalam rangka penentuan penghasilan kena pajak (*tax deductiable*) terbatas hanya untuk jenis kegiatan tertentu sebagaimana di atur dalam UU No. 36/2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh).

Dari paparan diatas sangat jelas bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan c*orporate social responsibility* (CSR) akan mendapatkan keuntungan dari beban pajaknya, karena kegiatan tersebut dapat menjadi pengurang penghasilan bruto penentuan penghasilan kena pajak. Walaupun perlu kajian yang lebih mendalam dalam penerapannya, karena program CSR yang diterapkan oleh perseroan bisa dalam berbagai bentuk program yang dari segi biayanya belum tentu diakui dalam perpajakannya.

Dalam melaksanakan program *corporate social responsibility* memang diperlukannya perencanaan pajak, karena perusahaan harus memperhatikan aspek perpajakan yang berlaku baik dari aspek pajak penghasilan maupun PPN. Sesuatu yang disayangkan jika bantuan atau sumbangan yang diberikan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan ternyata tidak dapat diakui sebagai penghasilan bruto perusahaan. Perusahaan harus memilah-milah mengenai bentuk dan jenis dari program *corporate social responsibility.*

Dalam era yang penuh ketidakpastian saat ini, ada dua hal yang pasti dan tidak bisa dihindarkan oleh setiap orang selama masa hidupnya, yaitu kematian dan pajak hampir seluruh kehidupan perseorangan dan perkembangan dunia bisnis dipengaruhi oleh ketentuan dan perundang-undangan perpajakan. Pengaruh tersebut kadang-kadang cukup berarti, sehingga bagi para eksekutif komponen pajak merupakan komponen yang harus mendapatkan perhatian yang serius dan merupakan faktor yang menentukan bagi lancarnya dalam suatu bisnis.

Menurut M. Zain (2004) walaupun pajak berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan perseorangan dan keputusan bisnis, masalah yang serius yang dimiliki oleh masyarakat adalah membayar pajak tidak sedikit. Sesuai dengan pernyataan Yenni Mangoting (2002) bukan merupakan rahasia umum lagi, jika ada usaha-usaha yang dilakukan oleh wajib pajak, baik itu pribadi maupun wajib pajak badan untuk mengatur jumlah pajak yang harus mereka bayar. Bagi mereka pajak dianggap sebagai biaya yang dapat mengurangi penghasilan mereka, sehingga perlu dilakukan strategi-strategi tertentu untuk menguranginya.

Oleh karena itu untuk meminimalisasi beban pajak, manajer perusahaan

dapat menggunakan salah satu cara di dalam perpajakan yang dikenal dengan manajemen pajak yaitu upaya memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar melalui perencanaan dan pengawasan mengenai perpajakan, sehingga beban pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan dapat diminimalkan untuk memperoleh laba yang diharapkan tanpa melanggar UU. Namun masih banyak para pengusaha yang belum memahami tentang peraturan perundang-undangan pajak, hal itu menyebabkan perusahaan tidak dapat mengoptimalkan fasilitas perpajakan yang ada.(Thomas Sumarsan, 2010).

Perusahaan memang pada umumnya ingin mendapatkan keuntungan laba baik secara komersial maupun fiskal. Dari segi komersial perusahaan ingin mendapatkan laba setinggi-tingginya, sedangkan dari segi fiskal perusahaan ingin meminimalkan beban pajak yang harus dibayar. Untuk itu perusahaan melakukan perencanaanan pajak untuk meminimalkan beban pajak. Menurut Mohammad Zain (2004) Perencanaan pajak adalah merupakan tindakan penstrukturan yang terkait dengan konsekuensi potensi pajaknya yang tekanannya kepada pengendalian setiap transaksi yang ada konsekuensi pajaknya.

Pertimbangan untuk berbuat jujur dan membayar pajak secara efisien yang mendorong wajib pajak orang pribadi atau wajib pajak badan menyusun suatu manajemen perpajakan (*tax planning*) melalui penghindaran pajak (*tax avoidance*). *Tax avoidance* adalah upaya penghindaran pajak dengan mematuhi ketentuan perpajakan dan menggunakan strategi di bidang perpajakan yang digunakan, seperti memanfaatkan pengecualian dan potongan yang diperkenankan maupun memanfaatkan pengecualian dan potongan yang

diperkenankan maupun berlaku (*loopholes*). Tax evasion adalah usaha penghindaran pajak yang dilakukan dengan melanggar ketentuan seperti memberikan data keuangan palsu atau penyelundupan pajak. Cara penyelundupan pajak ini tidak sejalan dengan prinsip manajemen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **"ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP *TAX PLANNING* DAN IMPLIKASINYA PADA BEBAN PAJAK (Studi kasus pada perusahaan BUMN)".**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah didalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Banyak perusahaan didemo, dihujat, bahkan dirusak oleh masyarakat sekitar lokasi pabrik salah satu penyebabnya adalah kurangnya perhatian dan tanggung jawab manajemen dan pemilik perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan di sekitar lokasi perusahaan.
2. Masih banyak para pengusaha dalam melakukan perencanaan pajak belum memahami betul peraturan dan perundang-undangan perpajakan.
3. Dalam laporan keuangan PT. KAI untuk pajak kini dan pajak tangguhannya 0, artinya PT. KAI tidak membayar pajak karena mengalami kerugian dalam menjalankan kegiatan usahanya.

4. Dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 609/PMK.03/2004 tentang perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan bencana alam, untuk penerapan CSR dalam perhitungan perpajakannya tidak dapat seluruhnya dijadikan sebagai pengurang penghasilan bruto.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan di dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BUMN di Bandung.
2. Bagaimana penerapan *Tax Planning* pada perusahaan BUMN di Bandung.
3. Berapa besar Beban Pajak yang harus dibayarkan pada perusahaan BUMN di Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* terhadap beban pajak beban pajak pada perusahaan BUMN di Bandung secara parsial dan simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis penerapan *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* pengaruhnya terhadap beban pajak pada unit BUMN di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan BUMN di Bandung.
2. Untuk mengetahui penerapan *Tax Planning* pada perusahaan BUMN di Bandung.
3. Untuk mengetahui Beban Pajak yang dibayarkan perusahaan BUMN di Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* terhadap beban pajak pada perusahaan BUMN di Bandung secara parsial dan simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kegunaan hasil penelitian ini adalah dapat bermanfaat baik secara akademis maupun secara praktis.

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung pada pihak yang berkepentingan, seperti dijabarkan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

   Sebagai bahan masukan guna mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* juga untuk mengetahui

seberapa besar pengaruhnya *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* terhadap beban pajak.

2. Bagi pengembangan ilmu akuntansi

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan umumnya dalam ilmu akuntansi pajak, khususnya mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning*.

3. Bagi Peneliti Lain

   Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti lebih lanjut.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat secara praktis sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan BUMN di Bandung

   Penulis mengharapkan penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* dan *Tax Planning* dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mempertahankan ataupun juga meningkatkan perencanaan pajak penghasilan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, agar semakin baik.

2. Bagi masyarakat umum

   Memberikan gambaran tentang *Corporate Social Responsibility* dan perencanaan pajak, sehingga memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Tabel 1.1

Lokasi penelitian

NO	Perusahaan	Alamat
1	PT. Telkom Tbk	Jl. Japati No. 1 Bandung, Jawa Barat
2	PT. KAI (Persero)	Jl. Perintis No. 1 Bandung, Jawa Barat
3	PT. INTI (Persero)	Jl. Moh. Toha No. 77 Bandung, Jawa Barat
4	PT.Kimia Farma Tbk	Jl. Pajajaran No. 21 Bandung, Jawa Barat
5	PT. Pindad	Jl. Gatot Subroto No. 512 Bandung, Jawa Barat
6	PT PLN (Persero)	Jl. Ciliwung No. 5 Bandung, Jawa Barat

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dimulai bulan Oktober 2011 sampai Febuari 2012. Adapun jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.2

Waktu Penelitian

Tahap	Prosedur	Bulan				
		Okt. 2011	Nov. 2011	Des. 2011	Jan. 2012	Feb. 2012
I	**Tahap Persiapan:**					
	1. Membuat Usulan Penelitian	■				
	2. Bimbingan dengan dosen pembimbing	■				
	3. Mengambil formulir penyusunan UP		■			
	4. Menentukan tempat penelitian		■			
II	**Tahap Pelaksanaan :**					
	1. Mengajukan outline dan proposal UP		■			
	2. Meminta surat pengantar untuk perusahaan-perusahaan BUMN		■	■		
	3. Penelitian di perusahaan BUMN			■		
	4. Penyusunan skripsi			■	■	
III	**Tahap Pelaporan :**					
	1. Menyiapkan draft skripsi				■	■
	2. Sidang akhir skripsi					■
	3. Penyempurnaan laporan skripsi					■
	4. Penggandaan skripsi					■