

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perusahaan didorong untuk lebih memberikan kontribusi besar ke dalam berbagai aspek terutama aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam hal ini, tentu perusahaan secara tidak langsung memiliki hubungan yang erat dengan berbagai pihak luar seperti masyarakat, investor, pemerintah dan pihak lainnya. Disamping fokus dalam memaksimalkan perolehan laba yang akan mensejahterakan para pemegang saham, perusahaan juga perlu mempedulikan berbagai dampak yang timbul dari aktivitas usaha dan operasi bisnis yang dilakukan terhadap lingkungan dan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut penelitian Dianawati, (2017), perkembangan *corporate social responsibility* (CSR) semakin mendapat perhatian sebagai akibat dari pencetusan ungkapan “*The Triple Bottom Line*” dalam buku John Elkington tahun 1997 berjudul “*Cannibals With Forks, The Triple Bottom Line Of 21st Century Business*” yang diperoleh dari website www.johnelkington.com mengklaim bahwa perusahaan yang berfokus pada pertumbuhan yang sehat perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya berfokus pada keuntungan (*profit*), tetapi juga perlu memberikan kontribusi positif dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan ikut andil menjaga lingkungan (*planet*).

Keuntungan yang telah diperoleh perusahaan mengakibatkan timbulnya tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan agar keberadaan perusahaan tersebut dapat menjadi manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab, perusahaan perlu melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR). Menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan *corporate social responsibility* (CSR) untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari

karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan komunitas lokal dan masyarakat secara luas (wati, 2018). untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan komunitas lokal dan masyarakat secara luas (wati, 2018).

Menurut Rahmawati dan Rohman, (2019), upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh citra yang baik di mata masyarakat dipandang perlu untuk disampaikan kepada publik, terutama dengan mengungkapkan dalam laporan tahunannya bahwa perusahaan telah banyak melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan kewajiban yang ditujukan untuk investasi masa depan dan dituangkan ke dalam rencana dan tujuan perusahaan. Pengungkapan ini akan menjadi peluang bagi perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Namun pada kenyataannya masih terdapat perusahaan di Indonesia yang mengabaikan dampak-dampak yang timbul tersebut sehingga memberikan akibat yang buruk bagi lingkungan sekitar perusahaan, yang tentunya dampak tersebut akan menciptakan citra perusahaan yang kurang baik dimana dianggap kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Contoh fenomena yang terjadi dapat dilihat dari berita yang dilansir oleh Kompas.com, dimana dalam wawancara yang dilakukan dengan Gubernur Kalimantan Timur, Isran Noor, menyatakan bahwa masih banyak perusahaan di Kalimantan Timur yang tidak mengungkapkan maupun melaporkan dana *corporate social responsibility* (CSR). Padahal menurut beliau pengelolaan *corporate social responsibility* (CSR) perlu diungkapkan secara transparan dan dilaporkan ke pemerintah daerah.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), dalam penelitian ini akan membahas 2 faktor yang memengaruhi yaitu, agresivitas pajak dan *media exposure*. Faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) ialah agresivitas pajak. Menurut Frank dalam Rahayu dan Darmawan (2017), agresivitas pajak adalah tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) baik menggunakan cara yang tergolong

secara legal maupun illegal. Kepatuhan pajak dapat diartikan sebagai kepedulian terhadap perkembangan dan pertumbuhan suatu negara. Terdapat 7 (tujuh) tindakan pajak agresif dilihat sebagai sebuah rahasia umum karena secara signifikan dapat menghemat beban pajak perusahaan. Penghematan beban pajak ini pada akhirnya akan membuat laba perusahaan menjadi lebih tinggi.

Diketahui melalui publikasi dari *Price waterhouse Coopers* (PwC) dengan judul "*Mine 2021 Great Expectation, Seizing Tomorrow*" yang diperoleh dari website www.ereg.pajak.go.id diketahui bahwa hanya 30 persen dari 40 perusahaan pertambangan besar yang telah mengadopsi pelaporan transparansi pajak pada tahun 2020. Sementara sisanya, tidak melakukan pelaporan pajaknya dengan transparan (Suwiknyo, 2021). Adapun berita yang dipublikasikan pada laman website bisnis.com menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan pertambangan tidak sepenuhnya mematuhi ketentuan pajak serta pungutan pajak yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Misalnya, Perusahaan AO yang menjadi perhatian karena berupaya melakukan penghindaran pajak dengan mengalihkan keuntungan yang diperoleh ke anak perusahaannya yang berada di Singapura yang merupakan negara suaka pajak. Sehingga pajak yang seharusnya dilapor serta bayarkan kepada pemerintah menjadi lebih rendah daripada kewajiban yang seharusnya.

Agresivitas pajak bukanlah sesuatu yang diharapkan publik sehingga perusahaan melakukan tindakan yang dapat mencoreng reputasinya di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan yang merencanakan pajak dengan tindakan agresif akan dianggap oleh publik sebagai perusahaan yang tidak memiliki tanggung jawab sosial (Ganang *et al.*, 2017). Sesuai dengan penelitian yang Handayani *et al.*, (2018) menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ramadhan dan Amrin, (2019) menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor selanjutnya yang memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah *media exposure*. *Media exposure* mengacu pada aktivitas yang diungkapkan oleh berbagai media seperti situs web, media sosial,

dan portal berita online. Internet memungkinkan pengungkapan yang efektif dan terkini. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) melalui internet lebih efektif karena banyaknya masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Kehadiran media membuat publikasi tentang *corporate social responsibility* (CSR) menjadi kesadaran publik. Keterbukaan informasi kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dapat memberikan efek positif dalam membangun hubungan baik dengan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, *media exposure* dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Banyak penelitian telah dilakukan pada pengaruh *media exposure* terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian oleh Yasin, (2020) menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Namun, penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Sarra, H. D., dan Alamsyah, (2020) yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Perusahaan sektor pertambangan termasuk di antara perusahaan yang tercatat di (BEI). Dengan kekhasannya masing-masing, banyak perusahaan pertambangan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Namun, perusahaan pertambangan termasuk di antara perusahaan yang memiliki dampak terbesar terhadap kelangsungan hidup dan lingkungan. Dikatakan demikian karena kegiatan perusahaan yang berkaitan erat dengan alam dinilai akan menimbulkan dampak terhadap lingkungan. Sehingga diperlukan upaya antisipasi yang dilakukan terhadap dampak yang timbul dari aktivitas pertambangan tersebut.

Direktur Jenderal Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) yang diperoleh dari *website* www.walhi.or.id menyebutkan pihaknya selama ini menemukan industri pertambangan Indonesia belum memenuhi standar lingkungan. Kerap kali muncul berbagai masalah seperti perizinan, konflik dengan warga lokal, hingga pencemaran yang disebabkan dari kegiatan pertambangan yang dilakukan, dan juga menganggap bahwa dampak negatif industri pertambangan terhadap lingkungan hidup dan masyarakat berlangsung dari hulu sampai hilir.

Berdasarkan pembahasan dan fenomena di atas beserta hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten mengenai pengaruh variabel agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2023 - 2024”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dapat diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.
2. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.
3. Apakah agresivitas pajak dan *media exposure* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.

2. Untuk mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2023-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat. Adapun manfaaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi referensi dan menambah wawasan dalam perkembangan pengetahuan mengenai pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat menjadi sarana untuk penelitian lain yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil peneletian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan penulis mengenai objek pelatihan dan penerapan teori-teori yang disampaikan dalam perkuliahan, serta untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Selain itu penulisan ini merupakan syarat untuk mengikuti ujian skripsi dalam mendapatkan gelar Sarjana Terapan bidang Akuntansi Keuangan Publik Politeknik Negeri Bengkalis.

- b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut dan juga dapat digunakan sebagai referensi untuk digunakan untuk penelitian serupa di masa mendatang.

1.5 Batasan Penelitian

Agar pembahasan masalah lebih terarah, maka peneliti memberikan batasan pada penelitian ini hanya mengenai pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di (BEI) tahun 2023-2024.