

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha pada seluruh bidang industri yang berlangsung pesat saat ini tidak hanya memberikan pengaruhnya dalam hal perekonomian, melainkan juga berdampak pada timbulnya kerusakan lingkungan dan meningkatnya kesenjangan sosial (Hotria & Afriyenti, 2018). Operasional perusahaan pada bidang industri tidak terlepas dari dampak yang ditimbulkannya terhadap lingkungan sekitar, yang menyebabkan adanya permasalahan sosial yang bermunculan seperti pencemaran lingkungan, penyusutan sumber daya, hingga kerugian-kerugian lainnya yang dirasakan oleh masyarakat (Mashuri, 2019). Kerusakan lingkungan dan dampak negatif yang ditimbulkan akibat dari polusi atau limbah perusahaan industri sudah seharusnya menjadi kekhawatiran bersama. Karenanya, perusahaan memiliki kewajiban untuk dapat melakukan bentuk tindakan nyata dari kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan (Hotria & Afriyenti, 2018). Sebagai perwujudan dari bentuk kepedulian tersebut, perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Sebagai entitas yang terus bergerak dalam menjalankan operasi dan pengembangan bisnisnya, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada kelangsungan usahanya melainkan juga untuk lingkungan sosialnya. CSR dilakukan sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan bersama. CSR membawa perusahaan untuk turut berkontribusi

dalam memberikan dampak positif pada lingkungan sosial, sehingga fokus perusahaan selain pada kepentingan internal dan keuntungan semata tetapi juga bermanfaat untuk sekitarnya.

Elkington (1998) mengemukakan bahwa konsep “*triple bottom line*” yang terdapat dalam penelitian Purba & Candradewi (2019) berkaitan erat dengan CSR dimana perusahaan selain mementingkan aspek ekonominya, mementingkan juga aspek sosial dan aspek lingkungannya atau 3P (*profit, people, planet*). Menurut Deegan (2008), konsep *triple bottom line* ini membuat perusahaan lebih berusaha dalam menjangkau evaluasi kinerjanya secara luas, dalam cakupan sosial serta lingkungannya dan tidak hanya pada keuntungan semata. Keberlanjutan perusahaan didukung dengan salah satu faktor utamanya yaitu CSR yang dilakukan dan diungkapkan oleh perusahaan, karena melalui perusahaan menjalani “*corporate citizenship*” sebagai hal yang diutamakan dimana *stakeholder* perusahaan tidak hanya sebatas pemilik modal, melainkan juga masyarakat umum (Sarmiento, 2022). Melalui CSR yang terlaksana dengan baik dan pengungkapannya yang tercapai, perusahaan akan memperoleh keberlanjutan bisnis yang terus ingin dijaganya.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR perusahaan masih belum cukup jika dibandingkan dengan potensi sarasanya yang sangat besar, yang salah satunya adalah masalah kerusakan lingkungan (Handayani & Ramdhani, 2018). Indonesia menjadi salah satu negara yang masih berusaha dalam mengatasi masalah-masalah lingkungan hidupnya, seperti tingginya tingkat polusi dan pencemaran lingkungan yang khususnya timbul dari perusahaan sektor pertambangan. Sebagai salah satu

negara dengan hasil tambang terbesar di dunia, Indonesia menjadi kontributor emas terbesar kedua setelah China dan menempati posisi ketiga teratas tingkat global pada mineral nikel (Budiarso, 2019). Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan sektor pertambangan selalu berkaitan langsung dengan lingkungan karena usahanya yang melakukan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA).

Penerapan CSR di Indonesia sendiri didukung dengan adanya Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang tertulis di dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014. Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan pada Pasal 74(1), juga menyatakan bahwa wajib untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Mashuri, 2019), juga untuk menyusun dan melaporkannya sebagaimana tercantum dalam Pasal 66 poin c. Untuk perusahaan yang operasionalnya melakukan pengelolaan terhadap SDA, didukung juga dengan Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.

Regulasi pemerintah tersebut bertujuan untuk memberikan kesadaran bagi seluruh perusahaan akan tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Perusahaan diwajibkan untuk berkontribusi dalam melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan mendapatkan sanksi bila tidak melakukannya (Mashuri, 2019). Namun pada fenomena nyatanya, masih terdapat perusahaan-perusahaan di Indonesia yang belum mengindahkan peraturan tersebut, termasuk perusahaan pertambangan.

Pada tahun 2021, PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) yang merupakan salah satu perusahaan terbesar dalam sektornya, diduga telah menyebabkan

pencemaran lingkungan khususnya pada sungai dan pantai yang menimbulkan rusaknya ekosistem *mangrove* di Halmahera Timur sebagai akibat dari operasi tambangnya yang telah memperoleh protes dari masyarakat sekitar karena hal tersebut mengubah perairan dan merugikan nelayan. Menduduki peringkat kedua sebagai produsen batubara terbesar di Indonesia yaitu PT Adaro Energy Tbk (ADRO) juga dihadapi dengan banyaknya dugaan kasus pencemaran lingkungan yang menyebabkan terganggunya kesehatan masyarakat di sekitar akibat dari limbah abu batubara pada area tambang yang merupakan bahan beracun dan berbahaya. ADRO juga diduga bertanggung jawab atas bencana banjir di Kalimantan Selatan akibat dari alih fungsi hutan menjadi pertambangan batubara. Melihat hal tersebut, perusahaan pertambangan tidak terlepas dari dampak kerugian yang ditimbulkannya pada lingkungan. Maka itu penting bagi perusahaan pertambangan untuk melakukan dan mengungkapkan CSR-nya dengan baik agar tetap mendapatkan dukungan dari masyarakat yang juga merupakan *stakeholder*-nya.

Namun jika dilihat dari sisi perpajakan, perusahaan pertambangan dengan besarnya pendapatan yang diperoleh cenderung memiliki indikasi dalam melakukan tindakan agresivitas pajak. Selain karena jumlah pendapatannya yang terbilang besar, perusahaan pertambangan melakukan agresivitas pajak karena memiliki potensi yang kuat dalam keberlangsungan bisnis. Menurut data dari PwC Indonesia, sektor pertambangan yang pelaporan pajaknya transparan di tahun 2020 hanya sekitar 12 dari 40 perusahaan sementara lainnya belum melakukan transparansi pajak (Suwiknyo, 2021). Tindakan *transfer pricing* sebagai upaya

pengalihan beban pajak ke negara dengan beban pajak yang lebih rendah juga masih ditemui pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Tindakan pajak agresif dari perusahaan pertambangan tentu menimbulkan kerugian yang berarti bagi negara, karena sektor pertambangan sendiri memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian, terlebih Indonesia yang komoditas tambangnya unggul dan dibutuhkan untuk dalam dan luar negeri.

Berdasarkan fenomena tersebut, tanggungjawab sosial perusahaan pertambangan menjadi kewajiban yang sangat penting untuk dilakukan karena kecenderungan perusahaan tambang yang dalam aktivitas operasionalnya merusak dan merugikan lingkungan sekitar. Terlebih dari itu, adanya indikasi tindakan agresivitas pajak juga menjadi perhatian pada sektor pertambangan. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan apakah perusahaan melakukan pengungkapan CSR sebagai bentuk strategi untuk memperoleh keberpihakan dari masyarakat atas agresivitas pajak yang dilakukannya, serta melihat pengaruh dari *leverage* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Agresivitas pajak adalah rencana yang dilakukan perusahaan dalam pengurangan beban pajaknya (Sarmiento, 2022). Tindakan pajak agresif merupakan strategi perusahaan dalam membuat beban pajaknya menjadi sekecil mungkin dan membuat laba perusahaan menjadi lebih tinggi. Beban pajak dan beban CSR menjadi dua beban perusahaan yang memiliki kontribusi langsung terhadap masyarakat. Pajak berkontribusi dalam pembangunan negara untuk manfaatnya kepada masyarakat umum, dan CSR berkontribusi dalam pemberian imbal positif yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sebagai bentuk

kepeduliannya. Keduanya merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan, namun juga diakui sebagai beban pengurang pendapatan. Sehingga, perusahaan harus meminimalisir salah satu dari beban tersebut, yaitu dengan melakukan agresivitas pajak untuk dapat mengurangi beban pajaknya.

Perusahaan cenderung meningkatkan pengungkapan CSR mereka untuk menutupi penerapan agresivitas pajak yang dilakukan sebagai bentuk strategi dalam penghindaran pajaknya. Perusahaan yang terlibat dalam strategi penghindaran pajak lebih mungkin untuk meningkatkan pengungkapan CSR mereka (Abdelfattah & Aboud, 2020). Karena perolehan legitimasi dan nilai yang baik dari lingkungan sosialnya sangat penting untuk kelangsungan perusahaan, perusahaan berupaya untuk dapat memberikan CSR yang berarti dan melakukan pengungkapannya dengan sebaik mungkin agar terhindar dari respon negatif masyarakat atas tindakan agresivitas pajak yang dilakukannya (Susilowati; Zulfa; Hartono, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Sarmento (2022), Abdelfattah & Aboud (2020), Mashuri (2019), Rahmawati & Rohman (2019), serta Handayani & Ramdhani (2018) memperoleh hasil bahwa jika semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, untuk dapat memperoleh nilai baik dari masyarakat. Sedangkan, hasil penelitian dari Wicaksono & Prabowo (2021) serta Fajariati (2021) menyatakan bahwa perusahaan dengan agresivitas pajak yang tinggi tidak lebih banyak melakukan pengungkapan CSR-nya dibandingkan dengan perusahaan yang agresivitas pajaknya rendah. Menurut penelitian Hotria &

Afriyenti (2018) agresivitas pajak tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Mencerminkan tingkat utang perusahaan, *leverage* merupakan ukuran kinerja keuangan yang dinilai oleh *stakeholder* untuk melihat risiko keuangan perusahaan. Menurut Purba & Candradewi (2019), tingginya tingkat *leverage* membuat informasi yang diungkapkan oleh perusahaan cenderung lebih banyak. Tinggi rendahnya tingkat *leverage* berpengaruh terhadap banyaknya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Mashuri, 2019). Perusahaan mengungkapkan informasinya agar pihak-pihak berkepentingan dapat menilai hasil yang diperoleh berdasarkan kinerja perusahaan pada periode tertentu. Perusahaan dinilai dapat mengelola utangnya dengan baik jika memanfaatkannya juga dalam meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri, seperti halnya penggunaan utang untuk perwujudan kegiatan CSR.

Tingginya tingkat *leverage* mencerminkan semakin baiknya perusahaan dalam mengelola modal yang dimiliki agar dapat memaksimalkan keuntungannya. Semakin cepat pertumbuhan perusahaan, pengungkapan CSR juga akan semakin mungkin untuk dilakukan dan diungkapkan secara luas. Penelitian dari Sarmento (2022), Yanti *et al.* (2021), dan Purba & Candradewi (2019) memperoleh hasil bahwa jika *leverage* perusahaan semakin tinggi, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda diperoleh Susilowati *et al.* (2018) dimana *leverage* yang tinggi justru membuat perusahaan semakin rendah dalam melakukan CSR-nya, dan penelitian lainnya yang

dilakukan oleh Dewi & Ikhsan (2022) serta Mashuri (2019) yang tidak menunjukkan adanya pengaruh antara tingkat *leverage* dengan CSR.

Perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengalaman yang lebih luas yang membawa perusahaan untuk mencapai kesejahteraan para *stakeholder*-nya dengan baik. Pemenuhan kesejahteraan tersebut salah satunya diwujudkan dalam pengungkapan CSR yang semakin berkualitas. Perusahaan dengan umur yang semakin lama akan semakin berpengetahuan untuk mengungkapkan informasi CSR-nya. Menurut Oviliana *et al.* (2021), perusahaan dengan umur yang lebih lama akan semakin memerlukan legitimasi dari masyarakat sebagai penunjang reputasi baik dan kesuksesan yang telah dicapai perusahaan. Menurut Dewi & Ikhsan (2022), perusahaan yang berumur lebih lama menunjukkan perusahaan telah bertahan dalam bisnis, sehingga perusahaan tersebut akan semakin berpengalaman mengungkapkan CSR. Hal tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian Anita (2021) dan Saputra *et al.* (2021). Berbeda dengan penelitian Safar (2021) dan Prakoso (2020) yang menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Didasari oleh penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar landasan penelitian ini, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan mengenai pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan pertambangan merupakan bentuk strateginya dalam memperoleh legitimasi dari masyarakat dan bentuk imbal baliknya dalam memberikan manfaat kepada *stakeholder*. Melihat dari operasional perusahaan pertambangan yang selalu bersinggungan langsung dengan lingkungan dan cenderung berdampak negatif kepada masyarakat sekitar,

serta adanya indikasi tindakan agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan karena perolehan jumlah pendapatannya yang besar. Penelitian ini juga bertujuan untuk membuktikan adanya *gap* penelitian yaitu kontradiksi atau perbedaan hasil pada penelitian-penelitian terdahulu, yang menyebabkan penelitian patut untuk dilakukan kembali.

Perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh variabel agresivitas pajak, *leverage* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR ini menjadi *gap* untuk melakukan pengujian terhadap pengaruh antar variabel dan teori yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian terkait hubungan dari agresivitas pajak, *leverage* dan umur perusahaan sebagai variabel independen dengan pengungkapan CSR sebagai variabel dependen. Juga melihat dan mempertimbangkan rekomendasi dari penelitian-penelitian sebelumnya, untuk mengembangkan variabel lain terhadap CSR serta pengambilan sampel pada sektor perusahaan yang berbeda. Sehingga, penelitian ini memiliki tujuan dalam menguji pengaruh dari variabel-variabel independen yaitu agresivitas pajak, *leverage* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan melakukan studi empiris pada perusahaan-perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2022.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Peneliti menemukan adanya perbedaan hasil dan kesimpulan dari penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh agresivitas pajak, *leverage* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Terdapat pula penelitian yang

menunjukkan hasil yang tidak signifikan mengenai pengaruh agresivitas pajak, *leverage* dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan adanya kontradiksi hasil pada penelitian terdahulu.

Oleh sebab itu, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yakni sebagai berikut:

1. Apakah agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini harapannya dapat mendukung teori legitimasi, yang menjelaskan upaya perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosialnya agar dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat umum.
- 2) Penelitian ini harapannya dapat mendukung teori *stakeholder*, yang menjelaskan kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan yaitu dapat memberikan manfaat kepada masyarakat yang juga termasuk sebagai *stakeholder* perusahaan.
- 3) Adanya pembuktian atas *gap* penelitian mengenai pengaruh dari agresivitas pajak, *leverage*, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini perusahaan diharapkan dapat memperoleh masukan mengenai pengaruh agresivitas pajak, *leverage*, dan umur perusahaan yang membuat suatu perusahaan dapat meningkatkan atau menurunkan pengungkapan CSR.
- 2) Bagi investor, diharapkan investor dapat melihat transparansi perusahaan berdasarkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan untuk menilai pengungkapan CSR yang telah dilakukan dalam membantu pengambilan keputusan berinvestasi.

- 3) Bagi peneliti, diharapkan peneliti dapat menambah pengetahuannya melalui penelitian yang dilakukan ini dan memperoleh manfaat secara keseluruhannya.
- 4) Bagi pembaca lainnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi bagi pembaca mengenai adanya pengaruh agresivitas pajak, *leverage*, dan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR.