

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang masalah**

Perusahaan yang mengutamakan nilai keberlanjutannya memperhatikan dampak positif jangka panjang pada lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Mereka membuat keputusan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Nilai inovasi menekankan betapa pentingnya mencari cara baru untuk meningkatkan barang, layanan, dan proses bisnis. Perusahaan yang menerapkan nilai inovasi berusaha untuk tetap relevan dan sesuai dengan perubahan pasar dan teknologi. Nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran para pemegang saham juga lebih tinggi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan akan berdampak pada peningkatan kemakmuran para pemegang saham (Sumantri & Andini, 2019). Nilai perusahaan (*firm value*) merupakan konsep penting bagi investor, karena nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan begitu pasar percaya bahwa kinerja perusahaan memiliki prospek yang bagus pada masa yang akan datang. Karena itu, tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai saham perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Bagi investor, nilai perusahaan adalah hal yang penting karena nilai perusahaan merupakan indikator nilai pasar secara keseluruhan (Primawati & Andajani, 2023). Daya tarik investor untuk menanamkan modalnya meningkat seiring dengan nilai perusahaan. Harga saham

biasanya dikaitkan dengan persepsi investor tentang nilai perusahaan. Harga saham di bursa efek Indonesia ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Ketika permintaan saham perusahaan meningkat maka harga saham cenderung meningkat, tetapi ketika menjual saham perusahaan maka harga saham cenderung akan mengalami penurunan.

Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR) adalah bidang transparansi perusahaan virtual yang sedang berkembang. Melalui pengungkapan CSR, manajer mempunyai kesempatan unik untuk mempromosikan upaya dan kontribusi pembangunan ekonomi dan sosial perusahaan mereka karena pilihan, niat, dan keyakinan pengambilan keputusan mempengaruhi keputusan CSR.

*Corporate Social Responsibility* menunjukkan bahwa perusahaan melakukan bisnis untuk manfaat para pemegang saham. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk perilaku yang transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum dan norma-norma internasional yang berlaku, serta terintegrasi dengan organisasi secara keseluruhan (Sari & Setiahadhi, 2019). *Corporate Social Responsibility* adalah bukti bahwa perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak hanya untuk para pemegang saham (*shareholder*),

melainkan juga untuk memberikan dampak positif kepada para (*stakeholder*) dan lingkungan hidup. (Sumantri & Andini, 2019) mendefinisikan CSR sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Dengan menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah menerapkan CSR dalam setiap aspek operasinya.

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah agresivitas pajak. Menurut (Candra Kusuma et al., 2023) agresivitas pajak adalah strategi yang digunakan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah pajak yang harus di bayar. Keuntungan yang tinggi dapat diperoleh dengan menurunkan jumlah pajak yang harus di bayar perusahaan. Citra perusahaan akan buruk sebagai akibat dari pengurangan pembayaran pajak, dan perselisihan dengan pemangku kepentingan dapat terjadi.

Sistem pajak seringkali sangat rumit, dengan banyak aturan dan peraturan yang sulit dipahami oleh orang awam. Beberapa individu atau perusahaan mungkin mencari celah dalam peraturan ini untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Beberapa hukum pajak dapat menjadi ambigu atau berubah seiring waktu. Hal ini bisa menjadi latar belakang bagi individu atau perusahaan untuk mencoba menginterpretasikan peraturan pajak dengan cara menguntungkan mereka. Salah satu alasan utama untuk melakukan agresi

pajak adalah untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayar oleh individu atau perusahaan. Ini dapat meningkatkan laba bersih atau pendapatan pribadi.

Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan buat memaksimalkan laba dari kegiatan operasionalnya, sehingga banyak sekali usaha atau strategi dilakukan buat meminimalkan beban usaha salah satunya yaitu beban pajak. Usaha-usaha atau strategi yang dilakukan tersebut dikenal dengan istilah manajemen pajak (*tax management*) yang meliputi fungsi perencanaan pajak (*tax planning*), pelaksanaan kewajiban perpajakan (*tax implementation*), dan pengendalian kewajiban perpajakan (*tax control*). Tujuan yang dibutuhkan dengan adanya manajemen pajak ini adalah meminimalkan pajak terutang buat memperbesar laba tanpa melanggar hukum perpajakan. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan buat meminimalkan beban pajaknya melalui aktivitas perencanaan pajak yang dilakukan secara berlebihan akan berujung kepada agrevitas pajak.

*Tax Planning* merupakan suatu alat dan suatu tahap awal dari manajemen perpajakan yang digunakan untuk meminimumkan jumlah pajak terhutang yang harus dibayarkan perusahaan. Dalam teori keagenan, perencanaan pajak dapat memfasilitasi *managerial rent extraction* yaitu pembenaran atas perilaku oportunistik manajer untuk melakukan manipulasi lama atau penempatan sumber daya yang tidak sesuai (Cahyaningtyas & Syafruddin, 2023).

Penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah suatu skema transaksi yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan ketentuan perpajakan suatu negara sehingga ahli pajak menyatakan legal karena tidak melanggar peraturan perpajakan, sedangkan penggelapan pajak atau *tax evasion* adalah suatu skema memperkecil pajak yang terhutang dengan cara melanggar ketentuan perpajakan (*illegal*). Menurut (Tarmidi, 2023) mengatakan bahwa agresivitas pajak merupakan aktivitas spesifik yang mencakup berbagai macam transaksi, dimana tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Menurut (Cahyaningtyas & Syafruddin, 2023) jenis umum transaksi agresivitas pajak yaitu penggunaan berlebihan atas utang perusahaan untuk meminimalisir penghasilan kena pajak dengan mengklaim berlebihan pengurangan pajak untuk beban bunga, penggunaan berlebihan atas kerugian pajak. Transaksi dominan yang sering kali dilakukan pada agresivitas pajak ialah secara efektif menambah pengurangan pajak (melalui bunga, kerugian pajak, dan biaya R&D) yang bisa digunakan perusahaan buat mengimbangi evaluasi pendapatan, sebagai akibatnya mengurangi pajak penghasilan serta jumlah pajak terhutang perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal mengurangi beban pajak. Dimana jika dikaitkan dengan penghindaran atau penggelapan pajak, agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak yang termasuk dalam tindakan sah dalam upaya untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Tetapi

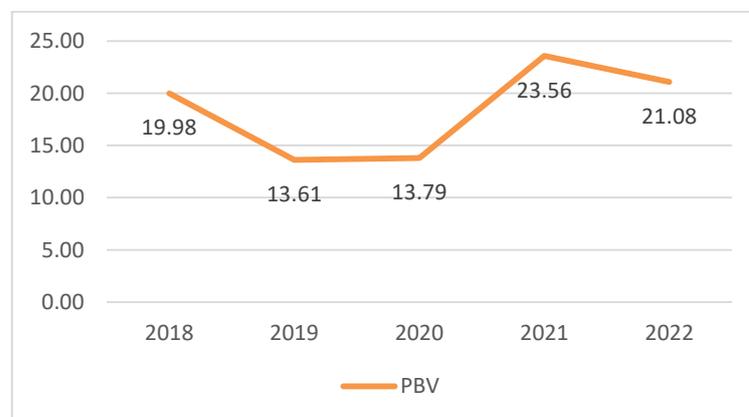
terdapat perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak yaitu dalam aktivitas agresivitas pajak kegiatan buat mengurangi pajak terhutang dilakukan dengan lebih proaktif.

Sikap agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan masih menggunakan cara yang diperbolehkan dalam peraturan perpajakan, sebagai akibatnya nantinya akan menaikkan laba perusahaan tersebut. Pada hal ini, manajemen mempunyai peranan penting agar strategi yang digunakan perusahaan tetap sesuai dengan peraturan perpajakan.

Agresivitas pajak bisa berdampak buruk bagi perusahaan karena perusahaan dengan sengaja melaporkan laba yang lebih rendah dari laba yang sebenarnya buat menghindari bayar pajak yang terlalu tinggi. Hal ini dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan tujuan buat memaksimalkan kesejahteraan *shareholders* antara lain pemegang saham serta investor dengan cara menaikkan nilai perusahaan sebab intinya tujuan utama perusahaan merupakan menaikkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran buat *shareholders*. Tingginya nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham membuat pemegang saham ataupun investor permanen mempertahankan investasinya dan menarik calon investor baru buat menginvestasikan modalnya kepada perusahaan. Meminimalkan beban pajak merupakan cara perusahaan buat dapat memaksimalkan laba dan memberikan kepuasan bagi pemegang saham.

Umur perusahaan didefinisikan sebagai umur sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan kegiatan operasinya (Halim & Christiawan, 2019). Dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak (putri et al., 2016). Dewan komisaris independen merupakan suatu mekanisme untuk mengawasi dan mekanisme untuk memberikan petunjuk serta arahan bagi pengelola perusahaan. Komisaris independen berfungsi untuk menjadi penyeimbangan dalam pengambilan keputusan yaitu mempunyai anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan (Assidiqiyah, 2019).

**GAMBAR 1.1**  
**RATA-RATA PBV PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI TAHUN 2018-2022**



Berdasarkan gambar 1.1 yang telah ditampilkan, dapat disimpulkan terdapat fluktuasi pada rata-rata nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value (PBV)* pada perusahaan sektor energi periode 2018-2022. Penurunan paling jelas terlihat adalah pada tahun 2019 dan tahun 2020 yang disebabkan adanya pandemi Covid-19. Dari tahun 2018 ke tahun 2019

terdapat penurunan yang signifikan, sebesar 6,37 atau 31,88% pada nilai perusahaan sektor energi. Hal ini berkaitan dengan profit atau laba yang diperoleh perusahaan pada saat pandemi turun sangat signifikan. Nilai perusahaan bisa dilihat melalui salah satunya dengan profitabilitas, dimana profitabilitas yang tinggi menandakan nilai perusahaan juga tinggi. Menurut Wibowo *et al.* (2022) bahwa penurunan profitabilitas disebabkan karena laba yang diterima mayoritas perusahaan di sektor transportasi, energi dan telekomunikasi pada saat pandemi Covid-19 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 nilai perusahaan naik, walau besaran naiknya tidak signifikan sebesar 0,18 atau 1,32% dibandingkan periode sebelumnya.

Tahun 2021 rata-rata nilai perusahaan mengalami kenaikan yang drastis jika dibandingkan dengan tahun 2020. Kenaikan ini sebesar 9,77 atau 70,85% yang mana hampir 2 kali lipat dari periode sebelumnya. Padahal menurut informasi dari situs Bursa Efek Indonesia, pergerakan indeks sektor energi diperkirakan naik 34,5% pada 2021. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Latif *et al.* (2022), terdapat informasi dari Kusnandar (2022) yang menyebutkan bahwa pemakaian energi di Indonesia mencapai 909,24 barel sama dengan minyak (*barrel oil equivalent*). Hal yang dimaksud meliputi biomassa, biogas, LPG, briket, biodiesel, solar, bensin, gas alam, batu bara, dan konsumsi energi listrik. Sektor transportasi memiliki konsumsi terbesar sepanjang tahun 2021 dengan capaian sebesar 388,42 juta *BOE* atau 42,72% pada porsi total konsumsi nasional. Dengan informasi ini, tingkat konsumsi energi yang tinggi dapat membuat harga naik dan menjadi prospek jangka

panjang bagi investor. Akan tetapi, pada tahun 2022, nilai perusahaan menjadi turun sebesar 2,48 atau 10,53% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Penurunan ini mungkin disebabkan karena peningkatan pendapatan perusahaan tidak diimbangi dengan peningkatan rasio keuangan. Hal ini menjadikan investor ragu-ragu untuk berinvestasi dalam perusahaan sektor energi yang akhirnya membuat nilai perusahaan turun.

Riset yang dilakukan oleh Wijaya *et al.* (2021), Saragih & Said (2023) dan Hutabarat & Siswantya (2016) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil riset yang dilakukan oleh Apriani & Khairani (2023), Primawati & Andajani (2023), Juliawan *et al.* (2023) dan Diandra (2023) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Riset lain yang dilakukan oleh Rahma *et al.* (2023), Nurasih & Riswandari (2023), Anastasya *et al.* (2023) dan Aryani & Fauzi (2023) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Namun hasil riset yang dilakukan oleh Prastiwi & Walidah (2020) dan Anasta (2019) menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas serta pentingnya penerapan program CSR dan Agresivitas Pajak yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Agresivitas Pajak Dengan Variabel Kontrol Umur Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Dewan**

**Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”** Dalam penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol yaitu umur perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan dewan komisaris independen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dengan variabel kontrol umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan dan dapat menjawab perumusan masalah di atas, yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis penelitian ini apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dengan variabel kontrol umur perusahaan, ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang terkait yaitu bagi perusahaan investor. Berikut uraian manfaatnya :

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait dengan pengaruh kinerja *corporate social responsibility* (CSR) dan agrevitas pajak terhadap nilai perusahaan apabila diterapkan dan dilaksanakan pada sebuah perusahaan atau industri dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat praktis

### a. Manfaat CSR bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang berfokus pada tanggung jawab sosial. Hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan konsumen.

### b. Manfaat CSR bagi investor

Penelitian CSR membantu investor untuk memahami praktik bisnis perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial. Dengan adanya informasi yang transparan dan positif mengenai CSR, investor dapat memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut.

### c. Manfaat agrevitas pajak bagi perusahaan

Penelitian ini membantu perusahaan untuk menganalisis dan memahami strategi perpajakan yang dapat meningkatkan efisiensi pembayaran pajak. Dengan memanfaatkan celah dan insentif perpajakan yang sah, perusahaan dapat mengoptimalkan beban pajak yang harus mereka bayar.

## **1.5 Sistematika**

Sistematika penulis secara garis besar digunakan untuk memperluas dan memudahkan memahami penelitian ini. Adapun susunan sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah penelitian yang diambil, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

### **BAB 2 : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dipakai sebagai pendukung penelitian dan didapatkan dari berbagai literatur. Selanjutnya dari konsep teori tersebut dirumuskan untuk menyusun hipotesis sebagai landasan dari penelitian.

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, model empiris, deskripsi operasional variabel, dan teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder dari perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.

### **BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang telah diuji, meliputi gambaran umum penelitian yang telah dilakukan, deskriptif statistik variabel, hasil estimasi dan pembuktian hipotesis, serta interpretasi hasil dan pembahasan.

## **BAB 5 : PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan yang mendasarkan hasil pembahasan dan data yang diperoleh serta alternatif saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat menjadi manfaat terkait pengaruh penerapan *corporate social responsibility* dan agrevitas pajak terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.