

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perekonomian dan masyarakat luas di era globalisasi sekarang ini.

Kemajuan dibidang informasi dan teknologi serta adanya keterbukaan pasar memaksa perusahaan-perusahaan yang ada harus secara serius dan terbuka memperhatikan dampak-dampak atau tingkah laku perusahaan itu sendiri terhadap lingkungan dan sosialnya.

Salah satu aspek yang turut menjadi perbincangan dalam *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yaitu permasalahan lingkungan yang terus menjadi sorotan, dan saat ini dalam dunia bisnis terjadi peningkatan usaha dalam hal pengelolaan serta pelestarian lingkungan. Hal ini disebabkan adanya dorongan dari luar perusahaan. Sebagai contoh adalah dorongan yang disebabkan oleh tekanan lingkungan. Tekanan tersebut bisa sangat berbeda dari tiap negara dan sektor bisnis. Tekanan lingkungan akan mengakibatkan perusahaan mencari sesuatu yang baru, kreatif serta hemat biaya untuk mengatur serta meminimalisasi pengaruh lingkungan. (Nuraini,2010).

Sebagian besar perusahaan di Indonesia mengklaim bahwa mereka telah melaksanakan kegiatan dan pengungkapan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan sekitar mereka terkait aktivitas usahanya (Putra, 2011). Akan tetapi beberapa penelitian terdahulu yang menguji luas pengungkapan *CSR* di Indonesia

beberapa dekade terakhir ini tidak menunjukkan hal yang demikian. Beberapa di antaranya adalah penelitian yang dilakukan Sari (2012) yang menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* di Indonesia sampai tahun 2010 hanya sebesar 20,92%. Bahkan ada perusahaan yang hanya mengungkapkan sebanyak 5%. Penelitian ini di perkuat oleh Hastuti (2014) yang menemukan hasil bahwa pengungkapan *CSR* di Indonesia sampai tahun 2014 masih relatif rendah yaitu hanya sebesar 30,15% dan ada perusahaan yang hanya memiliki tingkat *CSR disclosure* sebanyak 11%. Uraian-uraian di atas menunjukkan bahwa perusahaan belum melaksanakan aktivitas dan pengungkapan *CSR*-nya secara maksimal.

Sebuah perusahaan dianggap sebagai suatu lembaga yang memberikan berbagai kontribusi bagi masyarakat. Perusahaan dapat memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang yang dibutuhkan untuk dikonsumsi, memberikan sumbangan dan membayar pajak kepada pemerintah. Perusahaan sering hanya memaksimalkan laba itu sendiri, akhirnya disadari bahwa dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat semakin besar dan sulit untuk dikendalikan seperti polusi, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, dan kesewenangwenangan. Oleh karena itu, masyarakat menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkan dan upaya untuk mengatasinya. (Kusuma, 2012).

Beberapa permasalahan dan kasus terkait *CSR* yang melibatkan perusahaan manufaktur di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur memiliki andil yang cukup besar dalam permasalahan lingkungan dan sosial yang terjadi. Permasalahan ini dilatarbelakangi oleh sifat perusahaan

manufaktur yang merupakan perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Kegiatan produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur akan menghasilkan limbah yang dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan. Selain itu dalam proses produksi mengharuskan perusahaan mempunyai tenaga kerja dibagian produksi yang erat kaitannya dengan masalah keselamatan dan kesejahteraan kerja (Permana, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan di sekitar wilayah aktivitas perusahaan itu berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) merupakan sebuah informasi yang diungkapkan oleh manajemen, sebagai sinyal kepada *stakeholder* tentang aktifitas yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Devita, 2015).

Di Indonesia tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 yang mengatur tentang kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) menyatakan bahwa pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan *Sustainability Reporting*, yang merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya

di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. Pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Badan yang aktif menerbitkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama yaitu Ekonomi, Lingkungan hidup, Sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyatakan penurunan ketaatan sektor manufaktur dalam pengelolaan lingkungan dalam aktivitas industrinya dipengaruhi oleh aspek terkait pengendalian pencemaran air. Direktur Jenderal Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan M.R. Karliansyah mengatakan penyebab dominan ketidaktaatan industri manufaktur berkaitan aspek mencemaran air atau sebesar 34%, diikuti oleh aspek pengelolaan limbah (30%), dan aspek pengendalian pencemaran udara (18%). Menurutnya, tahun lalu ketaatan sektor manufaktur termasuk prasarana dan jasa sebesar 64%, tetapi tahun ini malah mengalami kemerosotan. Aspek pengendalian pencemaraan air sendiri, tidak memiliki izin pembuangan kualitas air limbah, tidak melaporkan pemantauan kualitas air limbah, tidak memantau parameter lengkap, pemantauan kualitas air limbah melebihi baku mutu air limbah, serta ketentuan teknis tidak sesuai aturan. (www.bisnis.com 11/12/2015)

Menurut Ketua Ombudsman Republik Indonesia Danang Girindawardana menilai pelaksanaan program kemitraan bina lingkungan dan *community social responsibility* oleh perusahaan negara dan daerah belum dilaporkan dengan baik. "Dari banyak surat pemberitahuan dan permintaan laporan kegiatan *CSR* yang kami sampaikan kepada perusahaan negara dan daerah, belum semua melaporkan," katanya dalam konferensi pers di Jakarta Kamis (25/9/2014). Selain masalah tersebut, Danang menilai ada juga perusahaan negara dan daerah yang melaksanakan kegiatan *CSR* seadanya tanpa perencanaan dan tindak lanjut yang baik. Namun tidak sedikit pula yang membuat kegiatan *CSR* dengan baik, serta punya lembaga mandiri yang meneruskan kegiatan kepedulian dengan keberlanjutan. "Kami berharap kondisi ini bisa membaik di masa yang akan datang," Ujar Danang (*m.bisnis.com* oleh: Arif Gunawan)

Pratiwi dan Djamhuri (2004) mengartikan pengungkapan social yaitu sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholders* mengenai aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

Fenomena selanjutnya Bupati Kutai Timur (Kutim), Ismunandar, meminta transparansi kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang telah maupun akan dilakukan oleh perusahaan tambang di Kutai Timur. "Pemkab Kutim ingin transparansi dari kegiatan *CSR*. Kami harapkan kegiatan *CSR* dapat dilaporkan secara berkala, sehingga terlihat perusahaan yang benar-benar melaksanakan *CSR*, maupun yang tidak," ujar Ismunandar dalam pertemuan dengan perusahaan tambang di Kutim. Laporan *CSR* kata Ismunandar, akan menjadi bahan Pemkab Kutim untuk mengevaluasi pembangunan Kutim, sehingga terintegrasi dengan

program pembangunan pemerintah. Secara spesifik, dalam pertemuan bersama perusahaan tambang, Ismu dan Wakil Bupati Kutim, Kasmidi Bulang, juga menyorot program CSR yang terkait dengan pemenuhan listrik, air bersih, pendidikan serta kesehatan. Menurutnya, program tersebut sangat vital bagi masyarakat Kutim, sehingga harus dilakukan secara serius, tidak hanya menggururkan kewajiban penyaluran program CSR. Ismu juga mewanti perusahaan tambang untuk taat terhadap aturan lingkungan hidup. Ia meminta perusahaan bersama pemerintah, melibatkan pakar dalam kajian dampak aktivitas perusahaan tambang, khususnya di lokasi yang diproyeksi dapat menimbulkan dampak negatif. “Apakah lokasi pertambangan mengganggu cagar budaya dan sejarah seperti kawasan karst atau tidak. Apabila mengganggu sebaiknya harus menjadi perhatian untuk ditindak lanjuti,” katanya. Selain soal CSR dan lingkungan, Ismu mengingatkan kepada perusahaan tambang untuk mengarahkan tenaga kerja memenuhi persyaratan kependudukan, dengan segera melakukan perekaman KTP Elektronik. (www.kliksanggata.com oleh: Eky Sambora 15 september 2016)

Permasalahan selanjutnya mengenai perusahaan yang tidak melaporkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya yaitu PT Chevron. Sejak pemekaran Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU), perusahaan migas PT Chevron yang beroperasi di terminal Lawe-lawe, tidak pernah melaporkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada DPRD. Karena tidak pernah melaporkan ke DPRD maka pihak DPRD menilai bahwa PT Chevron tidak pernah melaksanakan kegiatan CSR di wilayah PPU.

Dalam pelaksanaan CSR ada kewajiban dari perusahaan untuk berkoordinasi dengan aparat setempat baik camat, lurah, kades hingga RT, termasuk lembaga masyarakat di wilayah tersebut. Hal tersebut didukung berdasarkan penilaian PROPER periode 2014-2015 mengenai tingkat ketaatan perusahaan terdapat peningkatan dari peringkat merah tahun 2014 ke- tahun 2015. Peringkat merah itu sendiri artinya perusahaan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Peningkatan tersebut berjumlah 516 tahun 2014 meningkat menjadi 529 tahun 2015, dapat dikatakan perusahaan telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan, tetapi mereka belum melakukan pengungkapannya. (*www.korankaltim.com* oleh: Bagus Purwa 16 januari 2015)

Terjadinya fenomena di atas terlihat bahwa saat ini tanggung jawab perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial masih belum tersosialisasikan dengan baik dengan dilatar belakangi masih menyimpan banyak polemik dalam lingkungan masyarakat. Kurangnya perhatian perusahaan kepada masyarakat masih menjadi permasalahan bagi warga disekitar karena banyak dilakukan oleh perusahaan yang memang dilatar belakangi oleh kegiatan mereka dalam memanfaatkan alam, dan perusahaan tersebut belum mampu secara optimal melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan.

Segala jenis kegiatan usaha terutama yang bergerak dalam bidang pemanfaatan sumber daya baik secara langsung maupun tidak langsung sudah pasti memberikan dampak terhadap lingkungan sekitarnya, seperti

masalahmasalah pencemaran lingkungan, tenaga kerja, dan juga masalah terkait produk yang dihasilkan (Nur dan Priantina, 2012).

Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah menerapkan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Program ini bertujuan mendorong perusahaan taat terhadap peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan (*environmental excellency*) melalui integrasi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam proses produksi dan jasa, dengan jalan penerapan sistem manajemen lingkungan, 3R, efisiensi energi, konservasi sumberdaya dan pelaksanaan bisnis yang beretika serta bertanggungjawab terhadap masyarakat melalui program pengembangan masyarakat. PROPER merupakan kegiatan pengawasan dan program pemberian insentif dan/atau disinsentif kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan. Pemberian insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa penghargaan PROPER. Pemberian penghargaan PROPER berdasarkan penilaian kinerja penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan dalam: a) pencegahan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup; b) penanggulangan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup; dan c) pemulihan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup (KLH,2011). Melalui PROPER, kinerja lingkungan perusahaan diukur dengan menggunakan warna, mulai dari yang terbaik emas, hijau, biru, merah, hingga yang terburuk hitam unuk kemudian diumumkan secara rutin kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui tingkat pengelolaan lingkungan pada perusahaan dengan hanya melihat warna yang ada.

Untuk memastikan pengelolaan lingkungan yang dijalankan benar-benar berlangsung efektif, para pelaku bisnis menyadari perlunya tindakan pengawasan secara internal maupun pengawasan dengan melibatkan pihak independen, mengacu pada Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001. Pihak independen tersebut seperti misalnya media massa. Media Massa (*Mass Media*) dalam lingkungan bisnis saat ini memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan. Media menyediakan informasi bagi perusahaan dan dapat pula sebagai alat publikasi dan sosialisasi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat membangun kepercayaan (*image*) publik tentang aktivitas-aktivitas sosial yang dijalankan perusahaan (Kholis dan Maksun, 2003).

Selain itu terdapat fenomena dalam perusahaan yang masih beranggapan bahwa dalam hal pengungkapan, *CSR* merupakan beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Padahal *CSR* merupakan suatu bentuk timbal balik perusahaan kepada masyarakat dalam hal tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sedangkan ekspektasi yang diharapkan oleh sebagian besar masyarakat tidak sesuai dengan *CSR* yang diungkapkan oleh perusahaan. Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban *CSR*. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Namun agar perusahaan tidak memiliki dua beban maka perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat. Oleh karena itu untuk menutupi tindakan tersebut perusahaan melaksanakan

tanggung jawab sosialnya lebih besar kepada masyarakat untuk mengubah persepsi dan memperoleh legitimasi dari masyarakat.

Perusahaan yang telah terbukti melakukan agresivitas pajak dapat bertindak sesuai dengan teori legitimasi dengan cara pengungkapan informasi *csr* tambahan. Bagi perusahaan pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak. Oleh karena itu dimungkinkan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan.(Chen et al ,2010).

Tindakan Agresivitas Pajak tersebut menyeimbangkan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Agresivitas pajak adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dirancang melalui tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) baik menggunakan cara yang tergolong secara legal maupun illegal(franks et al., 2009). Tindakan nyata dalam melakukan agresivitas pajak misalnya dengan cara penghindaran pajak secara yuridis yaitu dengan melakukan perbuatan dengan cara sedemikian rupa sehingga tindakan yang dilakukan tidak terkena pajak. Perusahaan biasanya melakukan dengan cara memanfaatkan kekosongan atau ketidakjelasan undang-undang.(www.wikipedia.com)

Menurut Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor: PER-31/PJ/2012 bab IV pasal 8 ayat 1b menyatakan bahwa yang tidak termasuk dalam pengertian penghasilan yang dipotong pph pasal 21 adalah penerimaan dalam bentuk natura/ atau kenikmatan dalam bentuk apapun yang diberikan oleh wajib pajak atau pemerintah, kecuali penghasilan sebagaimana dimaksud dengan pasal 5 ayat (2). Kurangnya peraturan mengenai *tax aggressiveness*, *tax planning*, maupun *tax*

avoidance menimbulkan persepsi yang berbeda-beda antara pemerintah dan wajib pajak. Dari sudut pandang wajib pajak tentu akan berpendapat bahwa sepanjang skema penghindaran pajak yang mereka lakukan tidak dilarang tentu sah saja (Iwgal). Hal ini dimaksudkan untuk member kepastian hukum bagi wajib pajak. Akan tetapi, di sisi lain, pemerintah juga berkepentingan bahwa jangan sampai suatu ketentuan perpajakan disalahgunakan oleh wajib pajak untuk semata-mata tujuan penghindaran pajak yang ada merugikan penerimaan Negara (Darussalam dan Septriadi, 2009).

Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan terafiliasi perusahaan di Singapura, yakni PT RNI (PT Rajawali Nusantara Indonesia) diduga melakukan upaya-upaya penghindaran pajak. Secara badan usaha, PT RNI sudah terdaftar sebagai perseroan terbatas. Namun, dari segi permodalan perusahaan perusahaan tersebut menggantungkan hidup dari hutang afiliasi. Artinya, pemilik di Singapura memberikan pinjaman kepada RNI di Indonesia. Jadi pemiliknya tidak menanam modal, tapi menjadikannya seolah-olah seperti hutang, sehingga ketika bunga dari hutang itu dibayarkan maka dianggap sebagai dividen oleh pemilik di Singapura. Karena modalnya dimasukkan sebagai hutang perusahaan, tentu akan mengurangi pajak perusahaan, sehingga perusahaan secara praktis terhindar dari kewajiban perpajakannya. Apalagi jika dalam laporan keuangannya tercatat kerugian yang besar maka tidak ada pajak yang masuk ke Negara. Dalam laporan keuangan PT RNI 2014, tercatat utang sebesar 20,4 miliar. Selain itu, modus lain yang dilakukan PT RNI yaitu memanfaatkan Peraturan Pemerintah 46/2013 tentang Pajak Penghasilan Khusus UMKM, dengan tarif pph

final 1%. Selanjutnya dua pemegang saham PT RNI berkewarganegaraan Indonesia tidak melaporkan SPT pajak secara benar sejak 2007-2015. Adapun dua pemegang saham, yang merupakan orang singapura juga tidak membayarkan pajak penghasilannya, padahal ia memiliki usaha diindonesia.

(www.kompas.com oleh : Estu Suryowati 6 april 2016)

Bedasarkan kasus diatas ,tindakan perusahaan dalam meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan masyarakat karena pembayaran pajak memiliki implikasi penting bagi masyarakat dalam hal pendanaan barang public pendidikan, pertahanan nasional, eksahatan masyarakat, dan hukum . Pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membantuk suatu kegiatan yang tdiak bertanggung jawab secara sosial dan tidak sah (Lanis dan Richardson, 2013).

Tindakan tersebut secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang mana bisa mengubah persepsi masyarakat terhadap perusahaaan menjadi negatif. Selain itu perusahaan masih dibebani mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *CSR* yang akan member dampak negatif dimata masyarakat apabila perusahaan tidak melakukan tanggung jawabnya tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat.

Perusahaan-perusahaan pada saat ini telah banyak memanfaatkan media untuk mengkomunikasikan kegiatannya. Salah satu informasi yang bisa dikomunikasikan adalah *CSR* yang dilakukan perusahaan. Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam pengungkapan *CSR* perusahaan, yaitu media televisi, koran, serta internet. Di dalam penelitian ini jenis media yang

digunakan yaitu media internet. Pemilihan menggunakan media internet ini karena dianggap lebih mudah dalam mengaksesnya dan mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dibanding media televisi, ataupun media koran (cetak).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Winda Plorensia A.P dan Pancawati Hardiningsih (2015) dengan judul Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya, yaitu pada pemilihan unit analisis yang diteliti dan indikator Pengukuran yang digunakan dalam *Media Exposure* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian sebelumnya melakukan analisis pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian ini melakukan analisis pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Alasan penelitian ini memilih menggunakan perusahaan manufaktur sebagai unit penelitian ,karena disinyalir Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terendah ada pada sektor ini dan pada sektor ini perusahaan banyak mengelola sumber daya alam untuk memproduksi barang, sehingga menghasilkan limbah yang banyak. Perusahaan manufaktur ini juga banyak sektor sehingga dapat memudahkan penelitian perusahaan dari sektor mana yang mempengaruhi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan penjelasan tersebut dan karena penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan dan tidak konsistennya pada penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dalam penelitian ini penulis tertarik memilih judul

“ Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. (Studi pada Perusahaan sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017).

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

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

1. Semakin besar perusahaan maka semakin memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan Agresivitas Pajak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian pemerintah terutama pihak pajak sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk melaporkan informasi laba dengan baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan perusahaan untuk berupaya mengatur pajak dengan melaporkan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, dengan begitu maka manajemen melakukan tindakan agresivitas pajak, agar pajak yang dibayarkan tidak terlalu besar.
2. Setiap perusahaan pada saat ini telah banyak memanfaatkan media untuk mengkomunikasikan kegiatannya. Salah satu informasi yang bisa dikomunikasikan adalah *CSR* yang dilakukan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan dan mengkomunikasikannya dengan cara mengungkapkan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dengan memanfaatkan media yang ada.

3. Setiap perusahaan yang melakukan bisnis tentunya memberikan dampak bagi lingkungan sekitarnya baik dampak secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya dampak tersebut menuntut perusahaan untuk ikut andil dan bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan sekitar dengan baik dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility*.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Bagaimana *Media Exposure* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
3. Bagaimana Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
4. Seberapa besar Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
5. Seberapa besar Pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.

6. Seberapa besar Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
2. Untuk mengetahui *Media Exposure* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
3. Untuk mengetahui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Media Exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori berupa bukti empiris mengenai pengaruh Agresivitas Pajak dan Media Exposure terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan dan referensi di lingkungan akademis yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan seperti berikut ini:

1. Agresivitas Pajak dapat memberikan informasi mengenai banyaknya cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan labanya dan meminimalkan beban pajaknya sebagai upaya untuk menghindari kewajiban dalam hal membayar pajak.
2. *Media Exposure* dapat memberikan informasi mengenai perusahaan beserta kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan perusahaan didalam media Koran, media televisi maupun media internet.
3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat memberikan informasi mengenai aktivitas atau kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan gambaran yang dapat bermanfaat secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak antara lain :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 (Strata-1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

b. Bagi Investor

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu investor dalam mempertimbangkan keputusan investasinya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan untuk dapat dikaji lebih lanjut .

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai 2017, melalui *website* dengan alamat www.idx.co.id.