



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS UNDANG-UNDANG PAJAK PENGHASILAN
DAN PERATURAN PERPAJAKAN TERKAIT INSENTIF PAJAK
DAN PENCEGAHAN *TAX AVOIDANCE* ATAS KEGIATAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

TESIS

**AFIYAH AMNA
0806479300**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
JAKARTA
DESEMBER 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Afiyah Amna

NPM : 0806479300

Tanda Tangan :



Tanggal : 1 Desember 2010




HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh


Nama : Afiyah Amna
NPM : 0806479300
Program Studi : Magister Akuntansi
Judul Tesis : Analisis Undang-Undang Pajak Penghasilan dan Peraturan Perpajakan Terkait Insentif Pajak dan Pencegahan *Tax Avoidance* Atas Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Akuntansi pada Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Christine, M.Int. Tax ()

Penguji : Hadi Susilo, M.Ak ()

Penguji : Danny Septriadi, M.Si., LL.M., Int.Tax ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 23 Desember 2010

Mengetahui,
Ketua Program


Dr. Lindawati Gani

NIP. 196205041987012001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Meskipun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik dan benar.

Pada kesempatan ini, saya dengan tulus hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Lindawati Gani, selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
2. Ibu Christine, SE., M.Int.Tax., selaku dosen pembimbing tesis yang telah berjasa dengan waktu dan tenaganya untuk mengarahkan penulis selama proses penyusunan tesis ini.
3. Seluruh jajaran dosen dan staf Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan atas bantuannya selama ini.
4. Muhsin Sanusi SH., MM dan Dra. Aini Moerad selaku orang tua. Terima kasih atas dukungan baik secara moral dan materil. Terima kasih untuk adik, Vina Aliya, atas dukungannya.
5. Teman-teman Maksi kelas F & G/2008-2 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan yang sangat besar selama masa studi. Semoga kebersamaan tidak akan pernah terputus.
6. Teman-teman dari PT Cushman & Wakefield Indonesia yang telah memberikan banyak sekali kesempatan dan dukungan. Khusus untuk tim

Finance dan Bapak Julius Tjandra selaku pimpinan, yang telah memberikan banyak toleransi, dukungan, dan ilmu.

7. Sahabat terbaik, Whika Ayu terima kasih untuk semangat dan bimbingan yang tidak pernah terputus. Dianing dan Bella terima kasih atas doa dan dukungannya.
8. Sahabat dan saudara terbaik Dilla, Dina, Ria dan Anggri terima kasih atas dukungan yang tidak terhingga.
9. Riyalta Rali Putra, terima kasih atas doa, semangat dan dukungan yang tidak pernah putus sampai saat ini.
10. Pihak-pihak lain yang membantu selama masa perkuliahan di Maksi sampai akhirnya bisa menyelesaikan tesis ini yang tidak dapat saya disebutkan satu persatu.

Pada akhirnya saya berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 1 Desember 2010

Afiyah Amna

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Afiyah Amna
NPM : 0806479300
Program Studi : Magister Akutansi
Departemen : Akutansi
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Undang-Undang dan Peraturan-Peraturan Perpajakan Terkait Insentif Pajak dan Pencegahan *Tax Avoidance* Atas Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan karya akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 Desember 2010
Yang Menyatakan



(Afiyah Amna)

ABSTRAK

Nama :Afiyah Amna
Program Studi :Magister Akutansi
Judul :Analisis Undang-Undang Pajak Penghasilan dan Peraturan
Perpajakan Terkait Insentif Pajak dan Pencegahan *Tax Avoidance*
Atas Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tesis ini menganalisa undang-undang pajak penghasilan dan peraturan perpajakan yang terkait dengan pemberian insentif pajak dan pencegahan *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini diambil tema tanggung jawab sosial yang banyak dilakukan oleh perusahaan dan kemudian di analisis insentif pajak yang diberikan pemerintah dan menganalisis peraturan mencegah *tax avoidance* atas kegiatan tersebut. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan memaparkan informasi mengenai suatu permasalahan, wawancara nara sumber ahli, dan analisa kualitatif dengan acuan literatur dan ketentuan yang berlaku.

Hasil dari penelitian ini bahwa insentif pajak telah memadai diberikan oleh pemerintah untuk wajib pajak badan, namun untuk peraturan yang mengatur mengenai pelaksanaan sekaligus sebagai pencegah terjadinya *tax avoidance* belum cukup memadai.

Kata kunci: insentif pajak, *tax avoidance*, tanggung jawab sosial perusahaan

ABSTRACT

Name :Afiyah Amna
Study Program:Magister of Accounting
Title :Analysis of Income Tax Law and Tax Regulations Related to Tax Incentive and the Prevention of Tax Avoidance Activities on Corporate Social Responsibility

The focus of this study is to analyze the income tax law and tax regulations relating to the granting of tax incentive and prevention of tax avoidance by companies through corporate social responsibility activities. This research takes the themes of social responsibility which is mostly done by the company and also the analysis of tax incentives given by government and analyze regulations to prevent tax avoidance on such activities. The study is conducted in analytical descriptive in order to explain related information by interviewing the expert and perform qualitative analysis from related literature and regulations.

This study finds that there are adequate tax incentive granted by the government for corporate taxpayers, however, for regulations governing the implementation as well as the prevention of tax avoidance is insufficient.

Key words: Tax Incentive, Tax Avoidance, and Corporate Social Responsibility

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Tipe Penelitian.....	7
1.5.2 Pendekatan Penelitian.....	7
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility/CSR</i>)	11
2.1.1 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	11
2.1.2 Komponen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	13
2.1.3 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	17
2.1.4 Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	19
2.1.5 Pro Kontra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	21
2.2 Pajak (<i>Tax</i>)	27
2.2.1 Pengertian Pajak	27
2.2.2 Konsep Umum Perpajakan	28

2.2.3 Pajak Penghasilan.....	32
2.2.4 Manajemen Pajak	34
2.2.4.1 Perencanaan Pajak (<i>Tax Planning</i>)	34
2.2.4.2 Pelaksanaan Kewajiban Perpajakan (<i>Tax Implementation</i>)	35
2.2.4.3 Pengendalian Pajak (<i>Tax Control</i>)	36
2.2.5 Penghindaran Pajak (<i>Tax Avoidance</i>) Versus Penyelundupan Pajak (<i>Tax Evation</i>)	36
2.2.6 Insentif Pajak	38
BAB 3 METODE PENELITIAN DAN CSR DI INDONESIA	48
3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2 Metode Analisis Data.....	49
3.3 CSR Di Indonesia	49
3.3.1 Latar Belakang.....	49
3.3.2 Regulasi Pemerintah.....	53
3.3.3 Potret CSR di Indonesia	58
BAB 4 PEMBAHASAN	76
4.1 Aspek Insentif Pajak CSR.....	77
4.2 Peraturan Perpajakan dalam Mencegah <i>Tax Avoidance</i> atas CSR	86
4.3 Pembahasan.....	89
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	104

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada beberapa tahun terakhir, permasalahan sosial yang timbul menjadi isu yang hangat diperbincangkan banyak pihak. Masalah sosial yang saat ini menjadi sorotan berbagai pihak tersebut adalah munculnya isu tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility/CSR*) dan kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini disebabkan karena timbulnya kesadaran publik terhadap peran perusahaan di masyarakat semakin meningkat, dapat dilihat bahwa banyak perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi bagi kemajuan ekonomi dan teknologi tetapi perusahaan tersebut mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial.

Publik saat ini menjadi lebih kritis, mereka menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya, yang semakin lama semakin besar dan semakin tidak dapat dikendalikan. Polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk, hak dan status karyawan, dan kekuatan dari perusahaan besar merupakan contoh dampak-dampak sosial yang di khawatirkan akan terus berlangsung dan mungkin akan meningkat.

Saat ini investor memasukkan variabel *sustainability* (keberlanjutan) dalam proses pengambilan keputusannya. Mereka cenderung menanamkan dananya pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan hidup, atau perusahaan yang memiliki standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup. Hal ini dilakukan untuk mengurangi dampak sosial yang mungkin akan timbul dikemudian hari yang pada akhirnya akan merugikan para investor.

Melakukan kegiatan bisnis telah berubah dalam beberapa dekade ini. Orientasi bisnis kemudian berubah dari *profit maximization* ke *consumer satisfaction*. Fenomena ini juga mempengaruhi praktik bisnis di Indonesia. Sejak tahun 2007, pemerintah Indonesia telah mengesahkan UU PT No 40 Pasal 74 yang mengatur tentang kewajiban pertanggungjawaban sosial perusahaan

(*corporate social responsibility/CSR*). UU PT tersebut menyatakan sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Dengan adanya UU yang telah disebutkan diatas, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kemudian diharapkan munculnya kesadaran perusahaan-perusahaan di Indonesia terhadap kelestarian lingkungan dan kepedulian sosial akan bertambah.

Namun, sejalan dengan adanya UU PT Pasal 74 tersebut, saat ini banyak perusahaan yang mulai mengalami kebingungan atas hakekat dan pelaksanaan CSR itu sendiri. Salah satu kebingungan yang timbul adalah, dalam UU PT Pasal 74 ayat 3 dan 4 tersebut disebutkan bahwa bagi PT yang tidak melaksanakan kewajiban akan dikenakan sanksi dimana undang-undang dan peraturan pemerintah yang mengatur mengenai sanksi dan pelaksanaannya belum diterbitkan. Pertanyaan selanjutnya adalah siapakah yang sebenarnya mempunyai tanggung jawab untuk menyejahterakan masyarakat dan lingkungan, apakah sepenuhnya terletak pada tangan pemerintah atau perusahaan juga mempunyai kewajiban untuk mengambil peran pemerintah tersebut.

Secara konsep, perusahaan dalam setiap menjalankan kegiatan pada dasarnya bertujuan untuk menyejahterakan pemegang saham (*stockholders*) sebagai pemberi modal. Dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan ini

banyak yang beranggapan bahwa akan ada tambahan beban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Hal ini dianggap tidak memenuhi azas keadilan bagi perusahaan, dimana perusahaan menanggung tanggung jawab ini sendiri dengan membebankan semua biaya tanpa adanya kompensasi pajak dari pemerintah.

Dalam ranah Pajak Penghasilan (PPh), jika kita melihat UU Pajak Penghasilan No 7 Tahun 1983 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan UU No 36 tahun 2008 Pasal 6 Ayat 1 (UU PPh) sebagai berikut :

“Besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap, ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan, termasuk:

- a. biaya yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan kegiatan usaha, antara lain:
 1. biaya pembelian bahan;
 2. biaya berkenaan dengan pekerjaan atau jasa termasuk upah, gaji, honorarium, bonus, gratifikasi, dan tunjangan yang diberikan dalam bentuk uang;
 3. bunga, sewa, dan royalti;
 4. biaya perjalanan;
 5. biaya pengolahan limbah;
 6. premi asuransi;
 7. biaya promosi dan penjualan yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;
 8. biaya administrasi; dan
 9. pajak kecuali Pajak Penghasilan;
- b. penyusutan atas pengeluaran untuk memperoleh harta berwujud dan amortisasi atas pengeluaran untuk memperoleh hak dan atas biaya lain yang mempunyai masa manfaat lebih dari 1 (satu) tahun sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dan Pasal 11A;
- c. iuran kepada dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan;

- d. kerugian karena penjualan atau pengalihan harta yang dimiliki dan digunakan dalam perusahaan atau yang dimiliki untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan;
- e. kerugian selisih kurs mata uang asing;
- f. biaya penelitian dan pengembangan perusahaan yang dilakukan di Indonesia;
- g. biaya beasiswa, magang, dan pelatihan;
- h. piutang yang nyata-nyata tidak dapat ditagih dengan syarat:
 1. telah dibebankan sebagai biaya dalam laporan laba rugi komersial;
 2. Wajib Pajak harus menyerahkan daftar piutang yang tidak dapat ditagih kepada Direktorat Jenderal Pajak; dan
 3. telah diserahkan perkara penagihannya kepada Pengadilan Negeri atau instansi pemerintah yang menangani piutang negara; atau adanya perjanjian tertulis mengenai penghapusan piutang/pembebasan utang antara kreditur dan debitur yang bersangkutan; atau telah dipublikasikan dalam penerbitan umum atau khusus; atau adanya pengakuan dari debitur bahwa utangnya telah dihapuskan untuk jumlah utang tertentu;
 4. syarat sebagaimana dimaksud pada angka 3 tidak berlaku untuk penghapusan piutang tak tertagih debitur kecil sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf k; yang pelaksanaannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;
- i. sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- j. sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- k. biaya pembangunan infrastruktur sosial yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
- l. sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah; dan sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

Dapat kita lihat bahwa ada beberapa item biaya sosial yang diatur oleh perusahaan untuk dapat menjadi pengurang pajak perusahaan. Seperti contohnya biaya

beasiswa, magang, dan pelatihan (huruf g), sumbangan penggulangan bencana sosial (huruf i), biaya pembangunan infrastruktur sosial (huruf k), sumbangan fasilitas pendidikan (huruf l), dan sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga (huruf m). Undang-undang ini menjelaskan bahwa untuk beberapa sumbangan yang dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat terdapat insentif pajak yang diberikan pemerintah. Namun, dalam hal ini akan muncul lagi pertanyaan apakah lingkup tanggung jawab sosial yang mendapat insentif pajak hanya sebatas itu saja, sementara lingkup tanggung jawab sosial ini sangat luas terutama perlindungan terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat.

Selain itu, pertanyaan yang mungkin bisa timbul adalah apakah nantinya kebijakan pemerintah dengan memberikan insentif pajak tidak akan menimbulkan tindakan *tax avoidance* atau penghindaran pajak oleh perusahaan. Perusahaan akan mencari cara negatif untuk mengurangi beban pajaknya melalui kegiatan sosial. Mantan Menteri Sosial Bachtiar Chamsyah dalam Koran Tempo (24 Juli 2007), mengatakan pemerintah berhati-hati dalam membahas masalah tanggung jawab sosial perusahaan. Hal itu berkaitan dengan strategi yang akan dilakukan para pengusaha untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut. Jangan sampai nanti biaya tanggung jawab sosial ini dimasukkan dalam komponen biaya sehingga harga jual (barang) lebih mahal.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, menjelaskan bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia sejak disahkannya UU PT masih banyak mengalami kontroversi. Bagi perusahaan, CSR bukanlah suatu yang perlu diwajibkan oleh pemerintah sehingga kemudian ketika ada UU PT ini, perusahaan menganggap bahwa perlu adanya insentif pajak dari pemerintah. Sementara ada wacana dimana pemberian insentif pajak pada tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat disalahgunakan oleh perusahaan dalam bentuk *tax avoidance*.

Untuk itu, dapat dirumuskan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Apakah Undang-undang pajak penghasilan dan peraturan perpajakan di Indonesia sudah memadai atas pemberian insentif pajak atas kegiatan tanggung jawab sosial (CSR)?
2. Apakah Undang-undang pajak penghasilan dan peraturan perpajakan di Indonesia sudah memadai dalam pencegahan *tax avoidance* yang mungkin dilakukan oleh perusahaan jika insentif pajak atas kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Undang-undang pajak penghasilan dan peraturan perpajakan di Indonesia mengenai pemberian insentif pajak atas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
2. Undang-undang pajak penghasilan dan peraturan perpajakan di Indonesia dalam mencegah *tax avoidance* yang mungkin dilakukan oleh perusahaan jika insentif pajak atas kegiatan tanggung jawab sosial (CSR) mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Perusahaan
Meningkatkan kesadaran perusahaan mengenai pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dengan atau tanpa insentif. Serta perusahaan dapat memanfaatkan fasilitas insentif yang diberikan oleh pemerintah untuk mendorong kegiatan sosial yang lebih banyak lagi.
2. Pemerintah
Untuk memberikan masukan kepada pemerintah untuk dapat membuat ketetapan yang memenuhi azas keadilan bagi semua elemen masyarakat termasuk perusahaan.

3. Masyarakat

Untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai hak-hak mereka atas pajak dan tanggungjawab sosial perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah deskriptif analisis. Penelitian deskriptif digunakan untuk menganalisis apakah pemerintah melalui pajak telah memberikan insentif pajak atas kegiatan sosial perusahaan secara memadai. Penelitian deskriptif ini juga akan menganalisis potensi-potensi munculnya *tax avoidance* dengan keberadaan insentif pajak yang diberikan kepada perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dan apakah undang-undang perpajakan di Indonesia sudah cukup memadai untuk mencegah adanya *tax avoidance* ini. Tujuan penelitian deskriptif adalah membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta. Dalam penelitian deskriptif tidak perlu mencari alasan atau menerangkan saling hubungan atau komparasi, sehingga tidak perlu ada hipotesis. Sedangkan yang dimaksud dengan penelitian deskriptif analitis adalah penelitian dengan orientasi pemecahan masalah.

1.5.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam pembuatan tesis ini adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif ini adalah dengan membahas secara mendalam permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan karya akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Studi Literatur, metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan terkait dengan pajak atas CSR. Baik untuk buku, karya ilmiah, artikel dan jurnal ilmiah, peraturan dan perundangan yang terkait, terutama

untuk ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU dan ketentuan-ketentuan pelaksana berupa Peraturan Pemerintah (PP), Keputusan Menteri Keuangan (Kep Menkeu), Keputusan Direktur Jenderal Pajak (Kep Dirjen Pajak), Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak (SE Dirjen Pajak) dan Surat Direktur Jenderal Pajak yang berkaitan dengan perlakuan pajak penghasilan atas tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Studi Lapangan, Penulis akan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara terhadap pihak dari Direktorat Jendral Pajak dan beberapa Wajib Pajak Badan yang telah melakukan CSR , yaitu:

- Direktorat Jendral Pajak, yaitu dengan Bpk. Yunirwansyah (Kasubdit Peraturan PPh Badan, Direktorat Jenderal Pajak) dan Ibu Pudi Riana (Kepala Seksi Peraturan PPh Badan, Direktorat Jenderal Pajak).
- Wajib Pajak Badan, yaitu dengan Ibu Farah Dina Syofiana dari *Promotion and Product Engineering Unit Usaha Syariah CIMB Niaga*, Ibu Nurina S dari *Production Department PT. KTC* dan Bp. Romi Satria dari *Marketing Department PT.CW*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika ini disajikan dengan maksud mempermudah pembahasan dan memberikan gambaran yang sistematis dalam memahami masalah-masalah yang disajikan. Sebagai gambaran, maka dibawah ini diuraikan secara singkat isi setiap bab yaitu sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang terdiri dari tipe penelitian dan metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi studi kepustakaan yang dibagi menjadi dua pembahasan yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan Pajak. Dalam sub tanggung jawab sosial memuat pengertian tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), komponen CSR, manfaat CSR, implementasi CSR dan pro dan kontra CSR. Dalam sub pajak akan dipaparkan mengenai ulasan singkat pengertian pajak, konsep umum perpajakan, pajak penghasilang, manajemen pajak, perbedaan umum mengenai penghindaran pajak (*tax avoidance*) dan penyelundupan pajak (*tax evation*) dan yang terakhir akan membahas mengenai insentif pajak.

BAB 3. METODA PENELITIAN DAN CSR DI INDONESIA

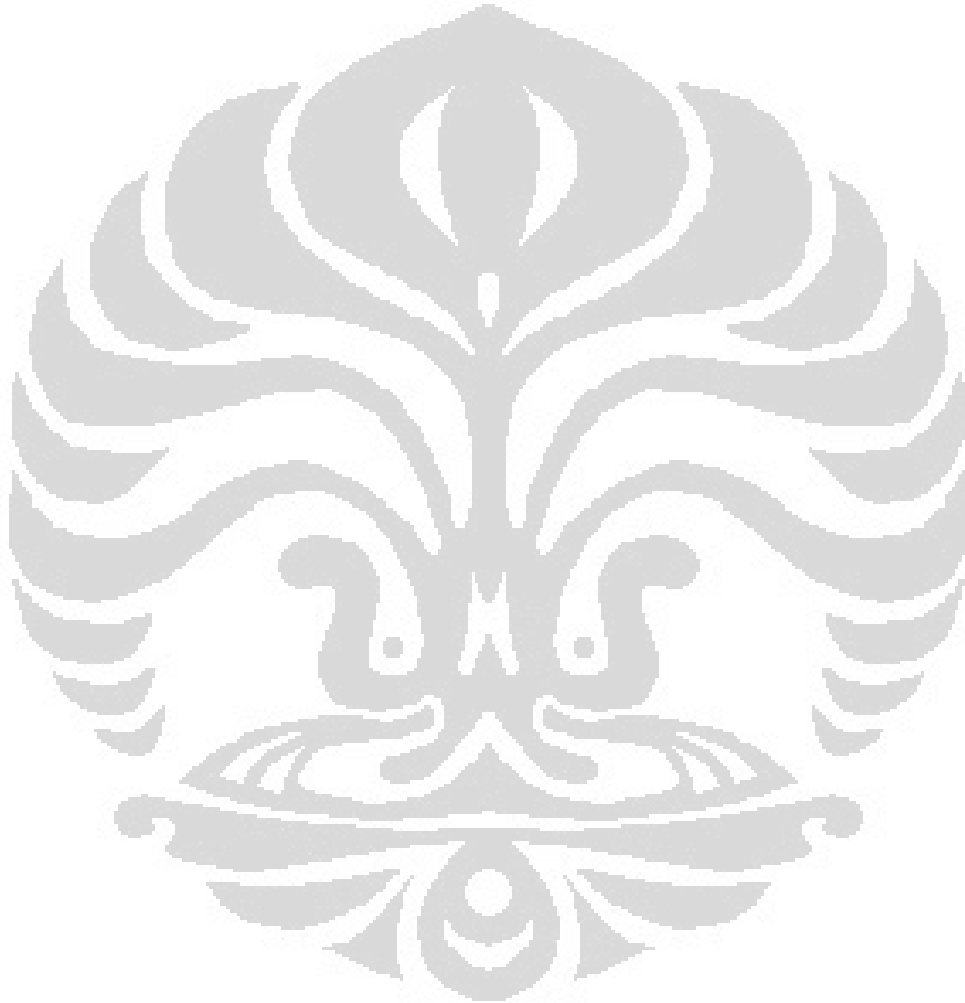
Bab ini diuraikan bagaimana permasalahan penelitian akan diselesaikan. Metoda penelitian yang perlu diuraikan secara terinci adalah mengenai rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data. Bab ini juga menjelaskan CSR di Indonesia secara singkat yaitu meliputi sejarah singkat, peraturan pemerintah serta potret CSR di Indonesia.

BAB 4. PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai komponen-komponen CSR yang banyak dilakukan perusahaan dimana atas komponen tersebut diberikan insentif pajak berupa dapat dijadikan biaya atau pengurang penghasilan bruto perusahaan. Kemudian dari komponen CSR yang diberikan insentif pajak, akan dibahas mengenai kemungkinan timbul *tax avoidance* dan sejauh mana peraturan perpajakan mencegah agar tidak terjadi hal tersebut. Dan pada akhirnya akan dilakukan pembahasan berdasarkan data-data yang ada dan hasil wawancara dengan pihak Dirjen Pajak dan Wajib Pajak.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari apa yang sudah dibahas dari bab satu sampai bab empat, kemudian disertai saran-saran yang dapat bermanfaat dan berguna bagi perbaikan dimasa yang akan datang.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*)

Pada beberapa tahun belakangan ini, isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin banyak terdengar ketika isu pemanasan global (*global warning*) merebak. Hal ini ditandai dengan melelehnya gunung es di benua Antartika, dimana diperkirakan lelehan Larsen yang merupakan lapisan es tersebut hilang sepanjang 87 KM dalam tiga minggu. Di Indonesia sendiri CSR menjadi perbincangan yang hangat ketika munculnya banyak kasus lingkungan yang di timbulkan oleh korporasi seperti diantaranya kasus semburan Lumpur Lapindo yang belakangan ramai di bicarakan atau banyak perusahaan pertambangan yang semakin merusak lingkungan. Dari munculnya berbagai masalah inilah dapat dilihat bahwa korporasi membutuhkan keseimbangan dalam melakukan kegiatannya. Salah satu keseimbangan itu adalah dengan melakukan tanggung jawab sosialnya.

2.1.1 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Definisi yang menjelaskan mengenai makna Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) sangat banyak dan beragam. Istilah CSR mempunyai interpretasi dan penamaan lain, seperti; *corporate citizenship*, *the ethical corportation*, dan *corporate sustainability*¹. Definisi CSR menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Wibisono (2007:7) yaitu “*komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi bagi pembangunan ekonomi, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawannya beserta keluarganya, serta masyarakat lokal ataupun masyarakat luas*”.

Versi lain mengenai definisi CSR dilontarkan oleh *World Bank* dalam Wibisono (2007:7) yaitu “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local*

¹ Ali Darwin, Ak., MSc, Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia, Ebar (Edisi III/September-December 2006).

community and the society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development". Maksud dari definisi *World Bank* tersebut adalah CSR merupakan suatu komitmen dari bisnis dimana secara berkelanjutan berkerja sama dengan para pegawainya dan komunitas lingkungan bisnis tersebut dimana bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup baik dan perkembangan bisnis itu sendiri. Dalam hal ini WBCSD maupun *World Bank* menegaskan bahwa CSR merupakan kegiatan yang berkelanjutan bukan hanya sekedar donasi yang sifatnya sekali-sekali.

Sementara menurut Maignan & Farrell (2004) dalam Susanto (2009) mendefinisikan CSR sebagai "*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interests*". Definisi ini mengartikan bahwa bisnis dikatakan melakukan tanggung jawab sosial yaitu ketika dalam pengambilan keputusan dan setiap kegiatannya didasarkan untuk menjaga keseimbangan terhadap kepentingan berbagai *stakeholders*.

John Elkington pada tahun 1998 telah menerjemahkan CSR dalam konsep *triple bottom line* dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Elkinton memberikan pandangan tentang CSR yang mengikat pada tiga prinsip (Bisnis & CSR, 2007) yaitu *profit* (ekonomi), *people* (sosial), dan *planet* (lingkungan), sehingga dalam melakukan bisnis korporasi dituntut terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (Wibisono 2007:32), dan ikut menjaga kelestarian lingkungan selain tujuan utamanya mencari *profit*.

Dari banyak pendapat yang telah dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk perhatian kalangan pebisnis (perusahaan) yang seharusnya dilakukan untuk menjamin agar praktik usahanya memenuhi kriteria tanggung jawab pada semua *stakeholders* untuk menciptakan kesejahteraan *stakeholders* secara berkelanjutan. Jadi perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu fokus pada kondisi *financial* saja tetapi pada *triple bottom line* (*profit, people, planet*).

2.1.2 Komponen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut The Jakarta Consulting Group (JCG) dalam Susanto (2009), tanggung jawab sosial diarahkan baik dalam (*internal*) maupun ke luar (*external*) perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. *Internal Responsibilities:*

- *Towards shareholders in terms of profit and growth*
- *Towards employee in terms of employment and career challenges which are mutually beneficial*

2. *External Responsibilities:*

- *Company tax payer and quality-job provider*
- *Increasing welfare and competence of he society (in company related and non-related area)*
- *Preserving the environment for future generation.*

Ke dalam, tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Seperti diketahui pemegang saham telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya guna mendukung berbagai aktivitas operasional perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berjuang keras agar memperoleh laba yang optimal dalam jangka panjang serta senantiasa mencari peluang bagi pertumbuhan di masa depan.

Disamping kepada pemegang saham, tanggung jawab sosial kedalam ini juga diarahkan kepada karyawan, karena hanya dengan kerja keras, kontribusi, serta pengorbanan mereka sehingga perusahaan dapat menjalankan berbagai aktivitas serta meraih kesuksesan. Oleh karenanya perusahaan dituntut untuk memberikan kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan karier bagi karyawannya.

Ke luar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan, dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang. Pajak diperoleh dari keuntungan yang diperoleh perusahaan. Oleh karenanya perusahaan harus dikelola dengan sebaik-baiknya sehingga mampu meraih laba yang maksimal. Demi kelancaran aktivitas perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya, perusahaan membutuhkan banyak

tenaga kerja. Seiring dengan tumbuh kembang perusahaan, kebutuhan akan tenaga kerja ini akan mengalami peningkatan. Perusahaan berkewajiban untuk ikut berpartisipasi menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat. Lapangan kerja akan semakin banyak tersedia manakala perusahaan tumbuh dan berkembang. Perusahaan juga mempunyai kewajiban untuk berpartisipasi dalam usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, baik yang berkaitan dengan perusahaan maupun yang tidak. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kualitas lingkungan tempat mereka beroperasi demi meningkatkan kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang, baik untuk generasi masa kini maupun bagi generasi penerus.

CSR merupakan kumpulan praktik dan kebijakan yang berhubungan erat dengan proteksi lingkungan, jaminan kerja, hak asasi manusia, dll. Menurut *The World Bank Institute* dalam Nurmansyah (2006) komponen CSR terdiri dari:

1. **Proteksi Lingkungan.** Fokusnya terletak pada menemukan solusi penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan untuk mengurangi dampak perusahaan terhadap lingkungan. Tanggung jawab lingkungan perusahaan meliputi suatu pendekatan menyeluruh atas operasional, produk dan fasilitas perusahaan dalam menilai produk, proses, dan jasa bisnis; menghapuskan limbah dan emisi; memaksimalkan efisiensi dan produktivitas dari semua asset dan sumber daya; dan memperkecil praktik yang mungkin mempengaruhi kemampuan generasi masa depan dalam memanfaatkan sumber daya alam.
2. **Jaminan Kerja.** Meliputi kebebasan berserikat dan pengenalan yang efektif akan hak untuk berunding secara kolektif; penghapusan semua bentuk kerja wajib maupun kerja paksa; penghapusan buruh anak-anak; dan penghapusan diskriminasi menyangkut pekerjaan dan kedudukan.
3. **Hak Asasi Manusia (HAM).** Fokus utama terletak dalam mengembangkan tempat kerja yang bebas dari diskriminasi dimana kreativitas dan pembelajaran dapat mewarnai etika profesional, dan keseimbangan antara pekerjaan dan aspek lain kehidupan. Negara-negara diharapkan dapat mendukung dan menghormati perlindungan HAM internasional dan memastikan bahwa perusahaan mereka tidak terlibat dalam pelanggaran

HAM. Membayar upah yang layak dan melindungi pekerja dari pelecehan mungkin akan mengakibatkan biaya lebih dalam jangka pendek, tetapi jika hal tersebut meningkatkan semangat pekerja dan mengurangi *employee turnover* maka akan menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Oleh karenanya praktik manajemen yang bertanggung jawab dapat berkontribusi secara langsung terhadap perolehan laba.

4. **Keterlibatan dalam Komunitas.** Keterlibatan perusahaan dalam masyarakat mengacu pada suatu cakupan luas tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan dampak dari donasi uang, waktu, produk, jasa, pengaruh, pengetahuan manajemen dan sumber daya lainnya pada masyarakat dimana mereka beroperasi. Meliputi kerjasama masyarakat, karitas (bakti sosial), sumbangan produk dan jasa, kerja sosial, dan lain-lain. Bila dirancang dan dilaksanakan dengan baik dan strategis, prakarsa ini tidak hanya memberi nilai ke penerima, tetapi juga meningkatkan reputasi, merek, nilai, dan produk perusahaan dalam masyarakat lokal dan global dimana mereka mempunyai kepentingan komersial yang signifikan.
5. **Standar Bisnis.** Standar bisnis mencakup suatu area luas dari aktivitas perusahaan seperti etika, imbalan keuangan, perlindungan lingkungan, standar kerja, dan HAM. Standar tersebut umumnya diterima pada tingkat perusahaan, asosiasi bisnis, industri atau nasional. Peningkatan perdagangan internasional, globalisasi, dan komunikasi telah mendorong meningkatnya tekanan dari berbagai kelompok untuk membentuk standar perlakuan bisnis global.
6. **Pasar.** Mencakup antara lain distribusi, etika pemasaran, penetapan harga, penagihan, pengenalan produk, kualitas dan keamanan produk. Dalam kaitan CSR, isu pasar meluas pada suatu cakupan luas aktivitas bisnis yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya.
7. **Pengembangan Ekonomi dan Badan Usaha.** Meliputi antara lain daya saing, pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) lokal, kewiraswastaan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan keuangan mikro. Kewiraswastaan dalam negara dapat menjadi katalisator bagi suatu

lingkaran pertumbuhan ekonomi. Seruan kepada perusahaan multinational (MNCs) dengan keunggulan keuangan, manajerial dan teknis untuk mendukung usaha lokal semakin meningkat. Pada waktu yang sama, MNCs dapat membantu pemerintah untuk memahami tata cara yang memungkinkan usaha lokal berkembang.

8. **Proteksi Kesehatan.** Tempat kerja kini dikenali sebagai tempat penting untuk melakukan promosi kesehatan di dalam negara-negara industri, dan perusahaan dapat berperan sebagai mitra dalam pengembangan kesehatan. Adalah penting bahwa kebijakan dan program disesuaikan dengan kenyataan baru ini dan bahwa masyarakat bisnis, sebisa mungkin dilibatkan sebagai mitra dalam promosi kesehatan.
9. **Pengembangan Kepemimpinan dan Pendidikan.** Karena pendidikan adalah salah satu unsur kunci dari pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak pada kelompok miskin, bisnis berkerja sama dengan masyarakat sipil dan badan publik dapat memberikan kontribusi penting yaitu menyediakan akses pendidikan berkualitas bagi masyarakat. Lebih lanjut, perusahaan dapat memberikan dampak yang lebih kritis pada proses pemberdayaan melalui peningkatan standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan, dan menularkan praktik-praktik terbaik kepada mitra mereka yang berada dalam perekonomian berkembang maupun tradisional.
10. **Bantuan Bencana Kemanusiaan.** Perusahaan bekerjasama dengan badan publik, masyarakat sipil, dan organisasi internasional, memainkan peranan penting dalam mendukung operasi bantuan bencana kemanusiaan. Oleh karena meningkatnya biaya, ancaman dan kompleksitas konsekuensi dari bencana alam besar terhadap masyarakat, maka tantangan utamanya adalah untuk melampaui konsep “respons proaktif” dan memusatkan pada pencegahan dimana kerangka CSR dapat membantu pemain kunci untuk lebih menggunakan pendekatan pemberdayaan.

2.1.3 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ketika suatu perusahaan memutuskan untuk mengimplementasikan program CSR-nya, dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut telah menambah list pekerjaan mereka, menambah biaya yang akan dikeluarkan dimana akan mempengaruhi besarnya keuntungan yang mereka terima. Untuk itu dalam jangka pendek program CSR tidak memberikan keuntungan, sehingga banyak perusahaan yang enggan untuk melaksanakan program CSR. Namun dalam jangka panjang program CSR diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan seperti yang diungkapkan oleh Tanaya (2004) dalam Nurmansyah (2006) terdapat sedikitnya tujuh manfaat CSR bagi perusahaan yaitu :

1. Daya Saing Berkelanjutan (*Sustainable Competitiveness*).

Pengaruh CSR terhadap daya saing perusahaan dapat dilihat pada lima elemen:

- a. Memperkuat reputasi perusahaan di depan *stakeholders* dan kesetiaan konsumen terhadap merek.
 - b. Operasional yang lebih efisien melalui penggunaan energi dan sumber daya alam, mengurangi limbah dan menjual material daur ulang. Manfaat lainnya adalah rendahnya ketidakhadiran dan meningkatkan kesetiaan karyawan sehingga mengurangi biaya-biaya perekrutan dan pelatihan.
 - c. Meningkatkan kinerja keuangan.
 - d. Meningkatkan penjualan dan kesetiaan konsumen.
 - e. Meningkatkan kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pekerja berkualitas.
2. Menciptakan peluang bisnis baru.
- Kerjasama yang erat dengan *stakeholders* kunci menimbulkan peluang untuk inovasi, kreatifitas, hubungan yang lebih baik, dan membuka produk atau pasar baru. Komunikasi yang produktif dengan *stakeholders* akan memudahkan pengembangan lebih lanjut dari kekuatan inovatif dan kreatif.
3. Menarik dan mempertahankan investor dan mitra bisnis yang berkualitas.

Melakukan bisnis dengan rekan yang tidak bertanggung jawab sosial maupun lingkungan dapat menimbulkan risiko bagi reputasi perusahaan. Maka, perusahaan kelas dunia telah memulai membantu pemasok mereka untuk mengadaptasi praktek CSR dan oleh karenanya mengurangi risiko terhadap perusahaan.

4. Kerjasama dengan komunitas lokal

Kerjasama dengan komunitas lokal akan membantu perusahaan dalam menyesuaikan produk dan jasa dengan pasar lokal serta mempermudah penggunaan tenaga ahli setempat, jalur distribusi dan fasilitas produksi. Hal tersebut akan mengurangi biaya investasi baru dan meningkatkan kesetiaan pekerja.

5. Menghindari krisis akibat malpraktek CSR

Mengacuhkan CSR dapat berakibat pada produk perusahaan itu sendiri maupun seluruh industri yang bersangkutan. Selain itu dapat menimbulkan konsekuensi yang besar berupa kehilangan pangsa pasar atau kapitalisasi pasar.

6. Dukungan Pemerintah

Banyak pemerintah yang menyediakan insentif keuangan terhadap inisiatif-inisiatif CSR yang baik, termasuk didalamnya adalah inovasi yang ramah lingkungan. Selain itu perusahaan tersebut akan mengalami inspeksi yang lebih sedikit dan pengawasan yang lebih bebas baik oleh pemerintah nasional maupun lokal.

7. Membangun Modal Politik

Hubungan baik dengan pemerintah dan tokoh politik, mempengaruhi peraturan, menata ulang institusi publik dimana perusahaan bergantung, dan meningkatkan citra publik perusahaan.

Sementara menurut Susanto (2009), dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR, yaitu:

1. *Reduces risk and accusations of irresponsible behaviour*
2. *Helps cushion and vaccinate during times of crisis*
3. *Enhances employee engagement and pride*

4. *Improve relations with stakeholder*
5. *Sales increase*
6. *Other incentive (tax, preferred treatment).*

Manfaat pertama yaitu, mengurangi adanya risiko munculnya tuduhan-tuduhan atas perlakuan yang tidak menyenangkan oleh perusahaan. Karena perusahaan telah membangun citra baik melalui CSR sebelumnya, maka banyak pihak yang akan mendukung perusahaan apabila tuduhan-tuduhan tersebut muncul. Kedua, perusahaan akan mampu melewati krisis datang karena mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak untuk bangkit kembali.

Ketiga, ketika karyawan mendapatkan insentif dan perlakuan baik dari perusahaan, karyawan tersebut akan merasa puas dan menjadi loyal. Karyawan yang loyal akan berkerja lebih keras dan perusahaan dapat mengurangi biaya *turnover* yang tinggi. Keempat, menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*, tidak hanya sebatas pada karyawan atau masyarakat tetapi kepada pemangku kepentingan lainnya akan menjauhkan perusahaan dari masalah, dan *stakeholders* akan setia kepada perusahaan. Kelima, belakangan banyak konsumen yang mulai peduli akan masalah-masalah sosial, perusahaan yang mempunyai reputasi baik membuat konsumen menjadi lebih loyal, akibatnya penjualan akan meningkat. Keenam, diharapkan dengan adanya insentif pajak atau perlakuan khusus lainnya dapat mendorong banyak perusahaan untuk lebih giat dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Dari kedua pendapat sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa dengan melakukan kegiatan CSR baik perusahaan maupun lingkungan sekitar perusahaan dalam hal ini *stakeholders* mendapat manfaat dari CSR ini. Dengan berperilaku baik dengan *stakeholders*-nya perusahaan dapat mengurangi adanya biaya-biaya yang mungkin timbul karena adanya konflik dimasa yang akan datang dan kemudian perusahaan akan bisa lebih stabil dalam melakukan kegiatannya karena adanya hubungan baik dengan banyak pihak tersebut.

2.1.4 Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Implementasi CSR merupakan tahap dimana perusahaan menjalankan setiap perencanaan sosial untuk mencapai tujuan dan dapat merasakan manfaat

secara optimal. Untuk mengimplementasikan program CSR, menurut Wibisono (2007, 139-140) ada dua alternatif pengelolaan yaitu:

1. *Self Managing*, artinya perusahaan melaksanakan sendiri kegiatan-kegiatan CSR-nya dengan menugaskan beberapa karyawannya untuk menangani program CSR. Ada dua pola yaitu membentuk yayasan atau organisasi sosial perusahaan dan melakukan sendiri kedermawanannya secara langsung.
2. *Outsourcing*, dimana perusahaan dapat meminta bantuan kepada pihak ketiga yang mempunyai kemampuan untuk melakukan kegiatan yang diorderkan oleh perusahaan. Ada dua pola yang bisa dilakukan, yang pertama yaitu bermitra dengan pihak lain misalnya lembaga profesional, LSM, instansi pemerintah, universitas, dan media massa dan yang kedua adalah bergabung atau mendukung kegiatan bersama misalnya dengan kepanitiaan dan konsorsium.

Isu CSR mengalami perkembangan yang cukup pesat. Salah satu pendorongnya adalah perubahan paradigma dunia untuk bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Selain itu menurut Tanaya (2004) dalam Nurmansyah (2006), implementasi CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Kepastian Hukum.

Kepastian hukum meliputi semua undang-undang, institusi pengadilan dan melampaui “teori hukum dalam buku”, serta lebih memusatkan pada aplikasi hukum. Reliabilitas institusi hukum berpengaruh pada keyakinan dan kesiapan para pelaku bisnis untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya.

2. Regulasi, Kompetisi dan Standar.

Ketiga hal ini bekerja bersama dalam sebuah sistem dan saling melengkapi dalam membentuk perilaku perusahaan dan strategi perusahaan dan strategi CSR. Umumnya regulasi tidak hanya mempengaruhi perilaku perusahaan di negara mereka sendiri, melainkan juga pada operasional perusahaan di negara lain.

3. Institusi Komplementer

Terdiri dari asosiasi bisnis, organisasi multilateral, media, konsultan, institusi pendidikan, LSM, mediator, pasar buruh, parlemen, partai politik, dan lain-lain.

4. Struktur dan Kebijakan Perusahaan

Tiga elemen penting yang berpengaruh terhadap struktur dan kebijakan adalah struktur kepemilikan, efisiensi sistem tata bisnis (*Corporate Governance*) internal, dan strategi perusahaan dan sistem manajemen internal.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi CSR ini juga dijelaskan dalam Wibisono (2007:71), yaitu:

1. Komitmen Pimpinan

Pelaksanaan CSR sangat tergantung pada komitmen pimpinannya. Jika pimpinan memiliki kesadaran moral bisnis berwajah manusiawi, besar kemungkinan perusahaan tersebut menerapkan kebijakan CSR yang layak. Sebaliknya, jika orientasi pimpinan hanya pada kepentingan dan kepuasan pemegang saham serta mengejar prestasi pribadi, kebijakan CSR hanyalah sekedar kosmetik.

2. Ukuran dan Kematangan Perusahaan

Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberi kontribusi dibandingkan perusahaan kecil dan belum mapan.

3. Regulasi dan Sistem Perpajakan

Semakin berantakan regulasi dan penataan akan semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

2.1.5 Pro Kontra Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tidak terlepas dari adanya pro dan kontra dari para pelaku bisnis. Alasan para pendukung agar perusahaan memiliki etika dan tanggung jawab sosial (Harahap, 2007:401-402) :

1. Keterlibatan sosial merupakan respon terhadap keinginan dan harapan masyarakat terhadap peranan perusahaan. Dalam jangka panjang, hal ini sangat menguntungkan perusahaan.
2. Keterlibatan sosial mungkin akan mempengaruhi perbaikan lingkungan masyarakat, yang mungkin akan menurunkan biaya produksi.
3. Meningkatkan nama baik perusahaan, akan menimbulkan simpati langganan, simpati karyawan, investor dan lain-lain.
4. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat. Campur tangan pemerintah cenderung membatasi peran perusahaan. Sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab sosial mungkin dapat menghindari pembatasan kegiatan perusahaan.
5. Dapat menunjukkan respon positif perusahaan terhadap norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat, sehingga mendapat simpati masyarakat.
6. Sesuai dengan harapan pemegang saham, dalam hal ini publik.
7. Mengurangi tensi kebencian masyarakat kepada perusahaan yang kadang-kadang suatu kegiatan yang dibenci masyarakat yang tidak mungkin dihindari.
8. Membantu kepentingan nasional, seperti konversi alam, pemeliharaan barang seni budaya, peningkatan pendidikan rakyat, lapangan kerja dan lain-lain.

Alasan para penentang yang tidak menyetujui konsep tanggung jawab sosial perusahaan ini adalah sebagai berikut :

1. Mengalihkan perhatian perusahaan dari tujuan utamanya dalam mencari laba, ini akan menimbulkan pemborosan.
2. Memungkinkan keterlibatan perusahaan permainan kekuasaan atau politik secara berlebihan yang sebenarnya bukan lapangannya.
3. Dapat menimbulkan lingkungan bisnis yang monolitik bukan yang bersifat pluralistik.
4. Keterlibatan sosial memerlukan dana dan tenaga yang cukup besar dan tidak dapat dipenuhi oleh dana perusahaan yang terbatas, yang dapat menimbulkan kebangkrutan atau menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan.

Keterlibatan pada kegiatan sosial yang demikian kompleks memerlukan tenaga dan para ahli yang belum tentu dimiliki oleh perusahaan (Belkaoui, SEA 1984). Dalam Sukanda, dkk (2007:44) menyimpulkan adanya versi keberatan-keberatan terhadap CSR dan argumen untuk menjawab keberatan-keberatan tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Keberatan dan Argumen CSR

CSR: NO	CSR: YES
<ul style="list-style-type: none"> • CSR menurunkan efisiensi ekonomi dan keuntungan perusahaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jika tidak menerapkan CSR, kelangsungan perusahaan kelak akan menemui hambatan yang sangat merugikan secara ekonomi. Lagipula, CSR sudah diakui sebagai bagian dari investasi yang dapat diukur <i>return of investment</i>-nya.
<ul style="list-style-type: none"> • CSR menimbulkan biaya-biaya yang tidak setara bagi perusahaan, hingga “kompetisi yang sehat” tidak bisa dicapai. 	<ul style="list-style-type: none"> • Setiap bisnis menghadapi kondisi lingkungan fisik dan sosial berbeda, hingga investasi untuk manajemen dampaknya menjadi tak sama. Kompetisi yang sehat selayaknya diukur pula dari bagaimana dampak lingkungan dan sosial dikelola, bukan hanya dari indikator-indikator finansial.
<ul style="list-style-type: none"> • CSR hanya menambah biaya yang tidak perlu bagi masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selama ini perusahaan yang tidak menjalankan CSR-lah yang menggeser biaya-biaya pada masyarakat walaupun konsumen mungkin saja tidak terlibat melalui eksternalitas.

<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan CSR membutuhkan keterampilan sosial yang tidak dimiliki dunia usaha, kemungkinan besar perusahaan tidak bakal berhasil memenuhinya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sejarah perusahaan mengajarkan banyak keterampilan baru yang terus-menerus dipelajari. Kini ketika tidak dapat mengelak dari tanggung jawab mengelola dampak operasinya, perusahaan seharusnya melakukan internalisasi, termasuk investasi untuk keterampilan-keterampilan baru itu.
<ul style="list-style-type: none"> • CSR menempatkan tanggung jawab pada perusahaan, padahal yang jelas memiliki tanggung jawab adalah individu-individu yang bekerja di perusahaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR tidak dimaksud menggantikan tanggung jawab individu, melainkan mengakui adanya pertanggungjawaban kolektif perusahaan sebagai pihak yang bisa memperoleh manfaat dan menimbulkan biaya bagi masyarakat.
<ul style="list-style-type: none"> • Banyak perusahaan yang menjadikan CSR hanya sebagai alat pemasaran, tidak menjalankan secara substansial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kecenderungan penggunaannya sebagai alat pemasaran tidak bisa membatalkan CSR yang sesungguhnya. Banyak konsep lain yang juga dibajak dunia usaha atau siapapun, namun tetap sah dipergunakan karena memang memiliki nilai sendiri.
<ul style="list-style-type: none"> • Pasar tidak, atau belum, menghargai CSR dengan sungguh-sungguh, sehingga insentif bagi perusahaan sebetulnya masih sedikit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ya. Ini diakui sebagai keterbatasan CSR.

Sumber: Membumikan Bisnis Berkelanjutan oleh Sonny Sukanda dkk (2007).

Dalam Tunggal (2008), terdapat dua pandangan kepada siapa organisasi bertanggung jawab sosial, yaitu:

a. Model Pemegang Saham

Menurut pemenang hadiah Nobel dalam bidang ekonomi, Milten Friedman, satu-satunya tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh organisasi adalah memuaskan pemiliknya, yaitu pemegang saham. Perusahaan tidak bertanggung jawab sosial apabila perusahaan mengalihkan waktu, dana, dan perhatiannya dari memaksimalkan keuntungan kepada kegiatan derma dan organisasi sosial. Menurut Friedman, ketika perusahaan melakukan kegiatan sosial akan timbul masalah sebagai berikut:

1. Organisasi tidak bertindak efektif sebagai lembaga moral bagi semua pemegang saham. Sementara pemegang saham akan setuju masalah investasi yang berkaitan dengan perusahaan, tetapi sangat tidak mungkin jika mereka memiliki pandangan apakah perusahaan akan membantu kegiatan sosial atau tidak. Daripada berlaku, sebagai lembaga formal, Friedman menganjurkan agar perusahaan memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham. Pemegang saham kemudian dapat menggunakan waktu mereka dan menambah kekayaan untuk disumbangkan kepada kegiatan sosial, amal, atau lembaga lain yang mereka inginkan, bukan kepada lembaga yang dikehendaki perusahaan.
2. Waktu, dana, dan perhatian dialihkan kepada masalah sosial sehingga mengurangi efisiensi pasar. Pada pasar yang penuh persaingan, perusahaan bersaing untuk bahan baku, pekerja berbakat, pelanggan, dan dana investasi. Menggunakan uang untuk permasalahan sosial berarti mengurangi dana untuk membeli bahan baku yang bermutu atau untuk mendapatkan pekerja berbakat yang dapat memproduksi barang bernilai dengan harga yang bersaing. Jika pelanggan memperoleh produk yang kurang disukai, penjualan dan laba akan menurun. Pengalihan dana, waktu, dan sumber daya perusahaan untuk tujuan

sosial akan melukai pelanggan, pemasok, karyawan, dan pemegang saham.

b. Model Pihak yang Berkepentingan

Menurut model ini, tanggung jawab sosial manajemen yang terpenting adalah kelangsungan hidup jangka panjang (bukan hanya memaksimalkan laba), yang dicapai dengan cara memuaskan keinginan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Dalam perkuliahan lingkungan bisnis dan hukum komersial (LBHK) program studi magister akuntansi (MAKSI) Universitas Indonesia oleh Ibu. Dr. Riga Adiwoso Suprpto, pro dan kontra ini disampaikan dalam table berikut:

Tabel 2.2
Pro dan Kontra CSR/TJSP

Argumen Pro CSR/TJSP	Argumen Kontra CSR/TJSP
<ul style="list-style-type: none"> • Mengimbangi kekuasaan korporasi dengan tanggung jawab 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurunkan efisiensi ekonomi dan keuntungan bisnis
<ul style="list-style-type: none"> • Mengurangi peraturan pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengakibatkan biaya yang tidak setara antar besaing bisnis
<ul style="list-style-type: none"> • Mempromosikan keuntungan jangka panjang bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengakibatkan biaya terselubung yang diteruskan pada biaya pemangku kepentingan
<ul style="list-style-type: none"> • Responsif terhadap tuntutan pemangku kepentingan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menuntut keterampilan sosial yang tidak dimiliki bisnis
<ul style="list-style-type: none"> • Mengoreksi permasalahan sosial akibat tindakan bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Membebankan tanggung jawab pada bisnis bukan pada individu

Sumber: Bahan Kuliah Lingkungan Bisnis dan Hukum Komersial

2.2 Pajak (*Tax*)

2.2.1 Pengertian Pajak

Dalam Undang-Undang KUP (Pasal 1) pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dalam Suandy (2006) dari berbagai definisi yang diberikan terhadap pajak baik pengertian secara ekonomis (pajak sebagai pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah) atau pengertian secara yuridis (pajak adalah iuran yang dapat dipaksakan) dapat ditarik kesimpulan tentang ciri-ciri yang terdapat pada pengertian pajak antara lain sebagai berikut:

1. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang. Asas ini sesuai dengan perubahan ketiga UUD 1945 pasal 23A yang menyatakan "*pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dalam undang-undang*".
2. Tidak mendapatkan jasa timbal balik (kontraprestasi perseorangan) yang dapat ditunjukkan secara langsung. Misalnya, orang yang taat membayar pajak kendaraan bermotor akan melalui jalan yang sama kualitasnya dengan orang yang tidak membayar pajak kendaraan bermotor.
3. Pemungutan pajak diperuntukkan bagi keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahan, baik rutin maupun pembangunan.
4. Pemungutan pajak dapat dipaksakan. Pajak dapat dipaksakan apabila wajib pajak tidak memenuhi kewajiban perpajakan dan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Selain fungsi budgeter (anggaran) yaitu fungsi mengisi Kas Negara/Anggaran Negara yang diperlukan untuk menutup pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan, pajak juga berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan negara dalam lapangan ekonomi dan sosial (fungsi mengatur / regulatif).

2.2.2 Konsep Umum Perpajakan

Adapun konsep dalam perpajakan di Indonesia ada 5 (lima) yang harus diimplementasikan dalam setiap kebijakan undang-undang perpajakan, hal ini dilakukan agar tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan dalam pemungutannya, konsep tersebut (Prabowo, 2004) adalah:

1. Pemungutan pajak harus adil, dimana pengenaan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing.
2. Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang, sebagaimana diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2, yang diberikan jaminan hukum menyatakan keadilan.
3. Tidak mengganggu perekonomian, konsep pajak tidak akan mengganggu kelancaran kegiatan perekonomian.
4. Efisien dalam pemungutan.
5. Sistemnya harus sederhana, dimana dapat memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Adapun teori yang mendukung pemungutan pajak oleh Negara ada 5 (lima) dalam Mardiasmo (2003) menyebutkan antara lain:

1. Teori asuransi, dimana Negara melindungi keselamatan jiwa, harta benda, dan hak-hak rakyat, oleh karena itu rakyat harus membayar pajak yang diibaratkan sebagai premi asuransi karena memperoleh jaminan perlindungan rakyat.
2. Teori kepentingan, pembagian beban pajak didasarkan pada kepentingan seperti perlindungan dan keamanan, semakin besar kepentingan terhadap Negara, semakin tinggi pajak yang harus dibayar.
3. Teori bakti, sebagai rakyat yang berbakti kepada Negara, maka rakyat harus menyadari akan kewajibannya untuk membayar pajak.
4. Teori daya pikul, beban pajak harus dipikul sama beratnya untuk semua orang.
5. Teori daya beli, daya beli dari masyarakat untuk disalurkan oleh pemerintah dalam bentuk pemeliharaan kesejahteraan masyarakat.

Dalam Zain (2007) menyatakan bahwa perpajakan merupakan disiplin ilmu yang dinamis, yang dapat berubah setiap saat, yang disesuaikan dengan

amandemen yang dilakukan oleh yang berwenang untuk memenuhi suatu transaksi yang unik, atau untuk mencapai tujuan sosial yang diperbaharui dan kebutuhan ekonomi yang semakin berkembang serta merefleksikan perubahan-perubahan politik. Konsekuensinya, bahwa disiplin ilmu perpajakan sesungguhnya merupakan perpaduan yang kompleks antara berbagai disiplin ilmu seperti akuntansi, ekonomi, hukum, ilmu politik, dan keuangan Negara. Untuk itu beliau melihat konsep perpajakan dari berbagai segi sebagai berikut:

1. Segi Hukum

Dari segi hukum, atau perundang-undangan merupakan suatu peraturan dan ketentuan serta dasar hukum dan implikasi hukumnya, baik yang menyangkut pihak pemerintah dan aparaturinya, maupun pihak pembayar pajak, yang terdiri dari wajib pajak badan atau wajib pajak orang pribadi. Faktor-faktor yang berperan dalam rangka implikasi ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan adalah sebagai berikut:

- Ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan harus tertulis dengan jelas dan juga adanya sistem komunikasi yang memungkinkan setiap wajib pajak mendapatkan informasi yang cukup.
- Wajib Pajak (WP) hendaknya ikut dilibatkan dalam proses pengembangan dan perubahan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- Peraturan perundang-undangan perpajakan yang berjumlah ratusan dan menimbulkan banyak kesulitan karena banyak peraturan yang tidak produktif untuk tujuan penerimaan pajak.
- Membuang pemikiran tentang penambahan beban pajak terhadap wajib pajak yang jujur sehingga mendorong mereka mencari taktik untuk menyelundupkan pajak agar bagian pajak yang harus dibayarnya tidak dirasakan sebagai hal yang berlebihan.
- Perlunya penyederhanaan dalam administrasi perpajakan.
- Membuat peraturan perundang-undangan perpajakan yang dapat menghindarkan konflik antara ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan itu sendiri. Hal ini untuk menghindari beban

penjelasan lebih lanjut kepada WP dan administrator pajak dimana masing-masing mereka mempunyai persepsi yang berbeda-beda.

2. Segi Ekonomi

Pendekatan dari segi ekonomi adalah melihat dari disiplin ilmu keuangan Negara, dimana pajak adalah sebagai bagian dari ilmu keuangan Negara, baik yang menyangkut pendapatan/penerimaan Negara, baik yang menyangkut penerimaan pemerintah pusat maupun penerimaan pemerintah daerah dalam bentuk pungutan terhadap masyarakat. Pajak merupakan salah satu alat yang penting bagi pemerintah dalam mencapai tujuan ekonomi, politik, dan sosial yang mengandung berbagai sasaran sebagai berikut:

- a. Pengalihan sumber dana dari sektor swasta ke sektor pemerintah, Tujuannya agar distribusi penghasilan dan kekayaan sesuai dengan pendistribusian yang diinginkan pemerintah dan opini masyarakat, yaitu menetapkan pajak bagi masyarakat yang kaya dan berpenghasilan tinggi untuk kemudian dibayar atau diterima sebagai penghasilan dari masyarakat kecil melalui pengeluaran pemerintah.
- b. Pendistribusian beban pemerintah secara adil dalam kelas-kelas penghasilan (*vertical equity*) dan secara merata bagi masyarakat yang berpenghasilan sama (*horizontal equity*), Meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang lebih meluas dan kompleks berdasarkan skala prioritas pembangunan nasional.
- c. Mendorong pertumbuhan ekonomi, stabilisasi harga dan perluasan kesempatan kerja.

Untuk mencapai tujuan ini terkadang diterapkan beberapa pengecualian-pengecualian, pembebasan-pembebasan atau insentif-insentif bagi WP yang melakukan penanaman, yang keseluruhannya menjadikan perhitungan pajak lebih rumit lagi dan merupakan beban bagi WP dalam memenuhi kewajibannya perpajakannya maupun bagi aparat pajak dalam rangka pengawasan pelaksanaan pemenuhan kewajiban perpajakan tersebut.

3. Segi Aplikasi (Praktik Perpajakan)

Aspek ini sering disebut sebagai kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan (*tax compliance work*), yang sebagian besar pekerjaannya, baik dilakukan sendiri maupun dibantu oleh para ahlinya dalam rangka menjalankan sistem *self-assessment*.

Infanti (2008) menyatakan bahwa sistem perpajakan yang baik jika: pertama, memiliki intervensi yang minimal terhadap pengambilan keputusan bisnis. Hal ini sesuai dengan azas netralitas yaitu pajak tidak memiliki pengaruh (netral) terhadap keputusan alokasi sumber daya. Dengan kata lain keputusan bisnis didorong oleh fundamental ekonomi seperti tingkat imbalan dan bukan pertimbangan pajak. Kedua, pajak bersifat adil dan seimbang. Keadilan/ekuitas pajak (*tax equity*) yang berarti wajib pajak (WP) dengan situasi yang mirip semestinya membayar pajak yang sama. Ketiga adalah kemudahan administrasi perpajakan sehingga WP tidak memandang kewajiban administrasi perpajakan sebagai beban, tapi sebagai bagian dari aktivitas usaha mereka.

Sementara menurut Adam Smith dalam Zain (2007), prinsip-prinsip yang harus terpenuhi agar sasaran perpajakan tercapai, yaitu:

1. Prinsip Keadilan dan Pemerataan

Setiap warga negara hendaknya berpartisipasi dalam pembiayaan pemerintah, sedapat mungkin secara proporsional sesuai dengan kemampuan masing-masing, yaitu dengan cara membandingkan penghasilan yang diperolehnya dengan perlindungan yang dinikmatinya dari negara. Sistem perpajakan yang adil ialah adanya perlakuan yang sama terhadap orang atau badan yang berada dalam situasi ekonomi yang sama (misalnya mempunyai penghasilan tahunan yang sama) dan memberikan perlakuan yang berbeda-beda terhadap orang atau badan yang berada dalam keadaan ekonomi yang berbeda-beda.

2. Efisiensi Ekonomik

Suatu sistem perpajakan yang baik tentunya dapat menyelaraskan dengan sasaran utama yaitu memperoleh hasil sebesar-besarnya dari hasil yang terbatas dan sedapat mungkin menghindarkan hal-hal yang akan menghambatnya. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan suatu set penerimaan pajak netral yang sempurna, yaitu sistem pemajakan yang

dapat mengumpulkan uang pajak tanpa menyebabkan seseorang mengubah perilaku ekonominya sebagai akibat cara pemungutan pajak yang dikenakan terhadap dirinya.

3. Efisiensi Fiskal

Suatu sistem perpajakan dikatakan baik apabila administrasinya maupun pemenuhan kewajiban perpajakan oleh para wajib pajak, dilaksanakan dengan biaya yang sekecil mungkin disatu pihak, dan penerimaan pajak yang cukup besar di lain pihak.

4. Kesederhanaan

Kesederhanaan dalam membentuk suatu sistem dan menjaga agar perbedaan yang terjadi antara kepentingan sosial dan kepentingan ekonomi berada pada posisi yang paling minimal.

5. Kepastian Hukum

Ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang sangat kompleks dan tidak akurat akan terdapat interpretasi yang berbeda-beda, baik interpretasi yang dilakukan oleh penuntut umum maupun oleh hakim pada pengadilan pajak, sehingga dapat saja menghasilkan konsekuensi pajak atas aktivitas tertentu tidak dapat diketahui lebih dahulu atau akan menimbulkan *pending* atas pengaturan yang definsif.

2.2.3 Pajak Penghasilan

Ekuitas pajak dapat dibagi menjadi dua, yaitu: *horizontal* dan *vertical*. Jika berbicara tentang pajak penghasilan maka ekuitas *horizontal* secara konvensional didefinisikan sebagai perlakuan terhadap WP yang memiliki penghasilan yang sebanding sedangkan ekuitas *vertical* didefinisikan sebagai perbedaan yang pantas terhadap WP yang memiliki penghasilan yang tidak sebanding. Dapat disimpulkan bahwa konsep ekuitas mengandung arti penyetaraan sekaligus perbedaan dalam menentukan keadilan beban pajak. Dalam menentukan keadilan dalam pajak penghasilan, konsep ekuitas pajak mengasumsikan seluruh WP setara kecuali untuk penghasilan (Zain, 2007).

Menurut Robert Murray Haig, dikutip oleh Mansury (1996) menyatakan definisi penghasilan dalam konteks perpajakan adalah: *the increase or accretion*

in one's power to satisfy his wants in a given period in so far as that power consists of (a) money itself or (b) anything susceptible of valuation in term of money". Haig menekankan bahwa: (1) hakekat penghasilan adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan, jadi bukan kepuasan itu sendiri. (2) Tambahan kemampuan yang dihitung sebagai penghasilan adalah hanya yang berbentuk uang atau dapat dinilai dengan uang. Lebih lanjut, Mansury (1996) menjelaskan definisi penghasilan menurut Henry Simons terkait dengan keperluan perpajakan yaitu penghasilan sebagai objek pajak harus bisa dikuantifikasi (dapat diukur) dan mengandung konsep perolehan (*acquisitive concept*). Konsep perolehan mengandung makna perolehan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, dan pengukuran yang dimaksud adalah terhadap yang diperoleh tersebut.

Mansury (2002) menyatakan unsur-unsur penghasilan yang dikenakan pajak di Indonesia adalah: (1) tambahan kemampuan ekonomis, (2) yang diterima atau diperoleh WP, (3) baik berasal dari Indonesia maupun berasal dari luar Indonesia, (4) yang dipakai untuk konsumsi maupun dipakai untuk membeli harta, (5) dengan nama dan bentuk apa pun. Dari kriteria tersebut dapat disimpulkan bahwa penghasilan adalah tambahan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang didapat oleh WP. Selanjutnya pengenaan pajak atas tambahan kemampuan ekonomis itu hanya berlaku jika telah terealisasi. Dalam konsep akuntansi yang dimaksudkan dengan realisasi adalah penghasilan yang telah dapat dibukukan, baik secara *cash basis* maupun *accrual basis*. Tambahan kemampuan ekonomis dihitung sebagai penghasilan bukan semata karena kenaikan harga pasar, tapi saat kenaikan harga tersebut telah menjadi realisasi.

Dalam Zein (2007), dari sudut pandang penghasilan kena pajak (*taxable income*), sistem perpajakan atas penghasilan terbagi atas pajak penghasilan global (*global income taxation*) dan pajak penghasilan teritorial (*territorial income tax*). Pajak penghasilan global dimana Undang-undang Pajak Penghasilan atas seluruh penghasilan yang diperoleh dari setiap Negara diseluruh dunia (*worldwide income*), sementara pajak penghasilan teritorial hanya atas penghasilan yang diperoleh di dalam daerah yuridikinya (*regional income*). Indonesia menganut konsep *world wide income* dan *substance over form principle*. Penghasilan yang

dikenakan pajak meliputi penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Dalam menentukan ada atau tidaknya pajak penghasilan dan besarnya penghasilan itu bukan tergantung dari nama dan bentuk yuridis (*normative*) dari penghasilan itu, tetapi berdasarkan hakekat ekonomis yang sebenarnya.

2.2.4 Manajemen Pajak

Dalam Suandy (2006) dikatakan bahwa dengan melakukan manajemen pajak merupakan upaya dalam melakukan penghematan pajak secara legal. Secara umum manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan (Sophar Lumbantoruan, 1996). Tujuan manajemen pajak yaitu untuk menerapkan peraturan perpajakan yang benar dan usaha efisiensi untuk mencapai laba dan likuiditas yang seharusnya. Fungsi-fungsi manajemen pajak terdiri dari:

2.2.4.1 Perencanaan Pajak (Tax Planning)

Di Indonesia sistem perpajakan yang digunakan adalah *Self Assessment*, dimana wajib pajak diberikan keleluasaan untuk menghitung, melaporkan, dan membayar kewajiban perpajakan. Pajak yang terutang ditentukan dari penghasilan kena pajak dikalikan dengan tarif pajak. Aspek tarif merupakan variabel perhitungan pajak terutang yang tidak bisa diubah karena tarifnya ditetapkan oleh Undang-Undang. Sedangkan aspek penghasilan kena pajak merupakan variabel yang bisa dipengaruhi jumlahnya sehingga dapat diupayakan jumlah pajak yang terutang lebih kecil dari yang seharusnya. Menurut Zain (2007), perencanaan pajak adalah suatu proses yang mendeteksi cacat teoritis dalam ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan tersebut, untuk kemudian diolah sedemikian rupa sehingga ditemukannya suatu cara penghindaran pajak yang dapat menghemat pajak akibat cacat teoritis tersebut.

Perencanaan merupakan bagian dari manajemen. Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategi-strategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program), dan operasi (tindakan)

yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Perusahaan agar mencapai tujuannya melakukan dua fungsi pokok yaitu:

1. Fungsi Bisnis, yang meliputi bidang pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, dan sebagainya.
2. Fungsi Manajerial yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Menurut Glueck dan Jauch (1980) seperti yang dikutip oleh Martani Husaeni (1989), perencanaan strategis atau manajemen strategis merupakan arus keputusan dan tindakan yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan (Suandy 2006:2-3).

Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Tujuan perencanaan pajak adalah merencanakan agar beban pajak (*tax burden*) dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada tetapi berbeda dengan tujuan pembuat undang-undang, maka perencanaan pajak disini sama dengan *tax avoidance* karena secara hakekat ekonomis keduanya berusaha untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak (*after tax return*) karena pajak merupakan unsur pengurang laba yang tersedia baik untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk diinvestasikan kembali (Suandy 2006).

2.2.4.2 Pelaksanaan Kewajiban Perpajakan (*Tax Implementation*)

Untuk mencapai tujuan manajemen pajak, ada dua hal yang perlu dikuasai dan dilaksanakan yaitu:

1. Memahami ketentuan peraturan perpajakan
 Dengan mempelajari peraturan perpajakan seperti undang-undang, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, Keputusan Dirjen Pajak, dan Surat Edaran Dirjen Pajak dapat diketahui peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menghemat beban pajak.
2. Menyelenggarakan pembukuan yang memenuhi syarat
 Pembukuan merupakan sarana yang sangat penting dalam penyajian informasi keuangan perusahaan yang disajikan dalam bentuk laporan

keuangan dan menjadi dasar dalam menghitung besarnya jumlah pajak terutang.

2.2.4.3 Pengendalian Pajak (*Tax Control*)

Pengendalian pajak bertujuan untuk memastikan kewajiban pajak telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan dan telah memenuhi persyaratan formal maupun material. Pengendalian pajak termasuk pemeriksaan jika perusahaan telah membayar pajak lebih besar dari jumlah pajak terutang.

2.2.5 Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*) Versus Penyelundupan Pajak (*Tax Evasion*)

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) sering dikaitkan dengan penyelundupan pajak (*tax evasion*). Penghindaran pajak merupakan bagian dari *tax planning* yaitu merupakan proses pengendalian tindakan agar terhindar dari konsekuensi pengenaan pajak yang tidak dikehendaki (Zain, 2007). Pengertian penyelundupan (*evation*) dan penghindaran (*avoidance*) pajak adalah untuk membedakannya adalah sebagai berikut:

1. Harry Graham Balter

Penyelundupan pajak adalah usaha yang dilakukan oleh wajib pajak-apakah berhasil atau tidak-untuk mengurangi atau sama sekali menghapus utang pajak yang berdasarkan ketentuan yang berlaku sebagai pelanggaran terhadap perundang-undangan perpajakan.

Penghindaran pajak adalah usaha yang sama, yang tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

2. Ernest R. Mortenson

Penyelundupan pajak adalah usaha yang tidak dapat dibenarkan berkenaan dengan kegiatan wajib pajak untuk lari atau menghindarkan dari pengenaan pajak.

Penghindaran pajak adalah pengaturan sesuatu peristiwa sedemikian rupa untuk tidak merupakan pelanggaran atas perundang-undangan perpajakan atau secara etik tidak dianggap salah dalam rangka usaha wajib pajak

untuk mengurangi, menghindari, meminimkan atau meringankan beban pajak dengan cara-cara yang dimungkinkan oleh undang-undang pajak

3. N. A. Barr, S. R. James, A. R. Prest

Penyelundupan pajak adalah manipulasi secara ilegal atau penghasilannya untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang.

Penghindaran pajak adalah manipulasi penghasilannya secara legal, yang masih sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang.

4. Robert H. Anderson

Penyelundupan pajak adalah penyelundupan pajak yang melanggar undang-undang pajak.

Penghindaran pajak adalah cara mengurangi pajak yang masih dalam batas ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan, terutama melalui perencanaan pajak.

Menurut OECD dfinisi *tax avoidance* tidak di berikan secara tegas, OECD hanya memberikan gambaran bahwa *tax avoidance* biasanya dipergunakan untuk menjelaskan usaha-usaha Wajib Pajak untuk mengurangi beban pajaknya. Meskipun ini bisa jadi tidak melanggar hukum, namun sebenarnya bertentangan dengan tujuan di buatnya aturan perundang-undangan perpajakan.² Dalam KPMG (2007) dapat disimpulkan bahwa penyelundupan pajak melibatkan salah penafsiran atas peraturan-peraturan pajak yang ada dengan sengaja atau nekat, menyembunyikan atau karena kelalaian. Penyelundupan pajak dianggap sebagai tindakan ilegal dan tidak beretika. Sementara penghindaran pajak adalah dimana wajib pajak melakukan suatu pengaturan sedemikian rupa sehingga pada saat fakta ditemukan, wajib pajak tersebut dapat memberikan pendapat walaupun nantinya usaha pengurangan beban pajak bisa diterima atau tidak.

² Kristian Agung Prasetyo. Pengaruh Transfer Pricing dan Tax Haven. InsideTax (Edisi 4) Februari 2008

Di Indonesia, ketentuan umum anti penghindaran pajak tidak diatur sama sekali. Oleh karena ketiadaan sebagian aturan tentang anti penghindaran pajak dalam ketentuan perpajakan di Indonesia tentu saja akan dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinational untuk memperkecil beban pajak mereka (Hutagaol: 272).

2.2.6 Insentif Pajak

Dalam Suandy (2006:18), insentif pajak adalah satu pemberian fasilitas perpajakan yang diberikan kepada investor luar negeri untuk aktivitas tertentu atau untuk suatu wilayah tertentu (misalnya untuk Indonesia bagian Timur). Biasanya insentif pajak ini diberikan guna pembangunan ekonomi suatu negara khususnya di negara berkembang. Umumnya ada empat macam bentuk insentif pajak (Barry Spitz: 1983) yaitu:

1. Pengecualian dari pengenaan pajak

Bentuk insentif yang paling banyak digunakan dimana perlu adanya kehati-hatian dalam merencanakan penanaman investasinya.

2. Pengurangan dasar pengenaan pajak

Diberikan dalam bentuk berbagai macam biaya yang dapat dikurangkan dari pendapatan kena pajak (*taxable income*). Insentif juga dapat berupa kompensasi kerugian, baik yang dapat dilakukan pada tahun berikutnya (*loss carry forward*) maupun pada tahun sebelumnya (*loss carry backward*).

3. Pengurangan tarif pajak

Biasanya diberikan untuk jenis pajak tertentu atau untuk kegiatan bisnis tertentu.

4. Penangguhan pajak

Biasanya diberikan untuk kasus-kasus tertentu saja, dimana pembayar pajak dapat menunda pembayaran pajak hingga suatu tahun tertentu.

Sementara menurut David Holland and Richard J. Vann dalam *Tax Law Design and Drafting (by Victor Thuronyi)* adalah sebagai berikut :

“Many developing and transition countries offer income tax incentives for investment. Developing and transition countries have introduced investment incentives for varying reasons. In some cases, especially in transition countries that have not reformed the socialist tax system, the incentives may be seen as a counterweight to the investment disincentives inherent in the general tax system. In other countries, the incentives are intended to offset other disadvantages that investors may face, such as lack of infrastructure, complicated and antiquated laws, and bureaucratic complexities and weak administration, in the tax area or elsewhere”.

Menurut Thuronyi, jenis insentif pajak secara umum adalah dapat di kelompokkan menjadi empat kategori yaitu :

1. *Tax Holidays*

Bentuk insentif perpajakan *tax holiday* ini berupa pembebasan dari kewajiban membayar pajak dalam jangka waktu tertentu, namun tidak tertutup kemungkinan akan dikecualikan dari kewajiban perpajakan lainnya. *Tax holiday* biasanya digunakan pada negara berkembang dan negara transisi. Ditujukan untuk perusahaan-perusahaan yang baru berdiri yang belum mampu untuk mengembangkan kegiatan operasinya. Untuk negara transisi, keuntungan dari *tax holiday* ini adalah perusahaan tidak perlu menghitung pajaknya pada tahun pertama operasi dimana sistem perpajakannya belum sepenuhnya di bangun.

Tax Holiday diberikan dalam periode waktu yang terbatas. Jangka waktu efektif dari *tax holiday* tergantung dari awal berlakunya *tax holiday*. Alternatif titik awal *tax holiday* antara lain:³

- a. Tanggal perusahaan didirikan atau terdaftar secara resmi
- b. Tanggal perusahaan mulai memproduksi atau usaha mulai dijalankan
- c. Tahun dimana perusahaan pertama kali mendapatkan keuntungan
- d. Tahun dimana perusahaan pertama kali memperoleh penghasilan kena pajak.

³ Easson, Alex. Op. Cit. Hal 137

Insentif *tax holiday* sangat terkait dengan ketentuan mengenai penyusutan dan kompensasi kerugian. Dalam beberapa sistem pajak, Wajib Pajak dapat memilih untuk membebaskan biaya penyusutan saat mulai diperolehnya aktiva atau menunda beberapa tahun sampai dengan kegiatan usaha dimulai dan memperoleh laba. Jika pembebanan biaya penyusutan dan kompensasi kerugian dilakukan pada periode waktu *tax holiday*, maka pemberian insentif pajak tidak menarik bagi investor karena insentif pajak tersebut tidak menguntungkan bagi investor sebagai Wajib Pajak.

Menurut Easson, keuntungan *tax holiday* antara lain adalah keuntungan dari segi kesederhanaan, karena dengan tidak adanya pajak yang harus dibayar pada masa *holiday* maka baik bagi kantor pajak maupun Wajib Pajak tidak perlu melakukan *filing* atau audit pajak serta tidak ada biaya administrasi. Sedangkan kelemahannya adalah:

- a. *The cost of tax holiday*, dalam arti penerimaan pajak yang hilang bagi *host country* yang tidak dapat diperkirakan didepan dengan tingkat akurasi yang cukup.
- b. *Tax Holiday* sering dimanfaatkan oleh investor yang cenderung *mobile* dengan memindahkan usahanya kenegara lain untuk mendapatkan *tax holiday* yang baru jika masa manfaat *tax holiday* di suatu negara sudah habis. Dengan praktek tersebut, negara *host country* kehilangan manfaat dari adanya investor tersebut.
- c. *Tax holiday* menciptakan kesempatan untuk penghindaran pajak atau manipulasi pajak.

2. *Investment Allowance and Tax Credits*

Merupakan bentuk kebijakan perpajakan dengan memberikan pengurangan pajak berdasarkan nilai dari pengeluaran (*expenditures*) pada suatu investasi. Mereka memberikan manfaat pajak melalui beban penyusutan aset yang diatas yang diperbolehkan. *Tax allowance* dipergunakan untuk mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan. *Tax credit* digunakan untuk mengurangi besarnya beban pajak yang akan dibayar secara langsung.

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mendesain *investment allowance* adalah (Easson;143-144):

- a. Investasi yang memenuhi syarat (*eligible investment*), yaitu bahwa *investment allowance* diterapkan atas semua bentuk investasi modal atau dapat pula atas kategori khusus saja, seperti mesin atau peralatan berteknologi tinggi.
- b. Jumlah *allowance* yang pada umumnya dalam bentuk persentase dari investasi tertentu. Di Indonesia, besarnya *allowance* adalah 30% dari investasi yang memenuhi syarat.
- c. Jangka waktu (*duration*) dan batasan lainnya, yaitu batas waktu dimana *investment allowance* dapat diklaim. Untuk Indonesia jangka waktunya adalah 6 tahun.

3. *Timing Differences*

Timing differences dapat timbul dengan mempercepat pembebanan biaya dan penangguhan pengakuan pendapatan. Bentuk umum dari pembebanan biaya yang dipercepat adalah penyusutan, yaitu penyusutan dibebankan dalam periode waktu yang lebih pendek dari umur ekonomis aktiva tersebut atau melalui pembebanan khusus di periode tahun pertama. Insentif ini membantu perusahaan memperoleh pengembalian modalnya (*reutrn on investment*) lebih cepat. Namun, insentif ini secara keseluruhan tidak mempengaruhi jumlah pajak yang seharusnya dibayar ke negara, tetapi hanya menggeser beban pajak ke belakang. Misalnya atas suatu aktiva yang mempunyai manfaat ekonomis selama 8 tahun, seharusnya dibiayakan melalui penyusutan selama 8 tahun. Namun dengan kebijakan insentif, penyusutan tersebut dapat dibebankan lebih pendek, misalnya menjadi 4 tahun. Namun total biaya penyusutan yang boleh dibebankan tetap sama sesuai dengan nilai perolehan aktiva tersebut

4. *Tax Rates Reductions*

Pengurangan tarif pajak atas suatu penghasilan dari sumber tertentu berdasarkan kriteria tertentu atau perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu seperti perusahaan kecil di bidang manufaktur atau pertanian. Pengurangan ini

berbeda dengan *tax holidays* karena kewajiban pajak perusahaan tidak seluruhnya dieliminasi, namun manfaatnya adalah waktunya yang tidak terbatas. Menurut Dale Chua (Hal 167), tarif pajak perusahaan yang rendah pada masa sekarang ini dianggap sebagai bentuk insentif yang paling baik. Sebab, tarif pajak yang rendah akan meningkatkan pendapatan setelah pajak yang lebih tinggi bagi investor pada kondisi pajak sedang laba. Persoalan utama dalam menerapkan insentif tipe ini adalah dalam mengidentifikasi penghasilan yang memenuhi syarat dan kriteria tertentu. Seringkali dalam membuat definisi atas penghasilan dan perusahaan tertentu yang berhak mendapatkan insentif menimbulkan peluang untuk dimanipulasi. Untuk mencegah dimanipulasi, biasanya dibuat aturan hukum yang ketat sehingga justru mengurangi efektifitas dari insentif tersebut.

Menurut UNCTAD (2000) dalam *Inside Tax* oleh Prasetyo, insentif pajak sendiri ada beberapa jenis yaitu yang berdasarkan keuntungan, penjualan, impor, ekspor, dan jenis lain yang dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2.3
Jenis Insentif Fiskal

Dasar Insentif	Keterangan
Keuntungan	Penurunan tarif pajak penghasilan; <i>tax holidays</i> ; membolehkan rugi pajak selama masa <i>tax holiday</i> untuk dikompensasikan dengan penghasilan pajak kelak saat masa <i>tax holiday</i> sudah lewat
Modal Investasi	Penyusutan dipercepat, investasi dapat dibiayakan
Tenaga Kerja	Penurunan <i>social security contributions</i> , penghasilan pajak dapat dikurangi dengan biaya sebesar jumlah tenaga kerja atau biaya-biaya lain yang berkaitan dengan tenaga kerja.
Penjualan	Penurunan jumlah pajak terutang sesuai dengan besar kecilnya penjualan
Pertambahan Nilai	Penurunan pajak terutang (atau memberikan kredit pajak) sesuai dengan jumlah <i>local content</i> yang dihasilkan; memberikan kredit pajak sesuai dengan nilai tambah yang diproduksi
Biaya Lainnya	<i>Corporate income tax reductions based on, for example expenditures relating to marketing and promotional activities</i>
Impor	Pembebasan dari bea masuk atas barang-barang modal, peralatan dan bahan mentah atau komponen produksi

	lainnya
Ekspor	<p>a. Berkaitan dengan output; pembebasan pungutan ekspor, penurunan tarif pajak untuk penghasilan yang diperoleh dari ekspor dan pemberian kredit pajak atas pajak yang dikenakan atas penghasilan dari dalam negeri yang besarnya sesuai dengan jumlah ekspor.</p> <p>b. Berkaitan dengan input: pemberian kredit pajak atas bea impor barang, pemberian kredit pajak atas bea yang dibayar untuk impor bahan baku, serta menggunakan biaya-biaya yang dibayar di luar negeri dan belanja barang modal untuk mengurangi penghasilan kena pajak.</p>

Sumber : UNCTAD (2000) dalam *Inside Tax*

UNCTAD dalam *Inside Tax* oleh Prasetyo melaporkan bahwa ada beberapa tujuan yang biasanya ingin dicapai ketika suatu negara memutuskan untuk memberikan insentif pajak, yaitu:

1. *Investasi Regional / Regional Development*

Biasanya ini meliputi pemberian dukungan untuk kawasan luar kota, pembangunan kawasan industri yang agak jauh dari pusat kota dan karenanya pencemaran lingkungan, urbanisasi yang terlalu tinggi, dan padatnya penduduk di perkotaan dapat dikurangi. Di Mesir, pemerintah memberikan konsesi pajak bagi industri peternakan unggas yang dibangun di kawasan yang relative baru dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan desentralisasi pembangunan.

2. *Investasi Sektoral*

Insentif pajak bisa diberikan untuk bidang-bidang usaha yang dianggap penting bagi pembangunan suatu negara. Perkembangan, kemajuan dan perluasan suatu sektor usaha tertentu dapat menjadi salah satu tujuan suatu negara memberikan insentif pajak. Ini mencakup antara lain industri pertambangan dan pembangunan kawasan industri yang berorientasi ekspor, atau bidang-bidang usaha yang berorientasi pada pengembangan teknologi baru. Di Singapura, pembebasan pajak penghasilan diberikan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang-bidang yang masih belum

tergarap optimal. Banyak Negara berkembang yang menyediakan insentif pajak seperti ini untuk merangsang perkembangan industri manufaktur, pariwisata, atau eksplorasi sumber daya alam.

3. Peningkatan Kualitas

Peningkatan kualitas biasanya diusahakan dengan membuat kawasan berikat untuk industri-industri yang berorientasi ekspor. Misalnya Batam Indonesia.

4. *Technologi Transfer*

Pemberian insentif untuk industri-industri yang sifatnya pionir atau dengan menyediakan insentif khusus untuk kegiatan-kegiatan yang sifatnya penelitian dan pengembangan guna merangsang transfer teknologi. Misalnya saja yang berlaku di Malaysia dan Singapura yang memberikan pembebasan pajak untuk dana-dana yang dipakai dalam rangka penelitian dan pemberian kredit pajak untuk biaya-biaya penelitian dan pengembangan.

Berikut ini tabel yang berisi tujuan pemberian insentif pajak beserta jenis insentif yang pada umumnya dapat membantu pencapaian tujuan tersebut.

Tabel 2.4
Tujuan Pemberian Insentif

TUJUAN	JENIS INSENTIF
Peningkatan Kualitas Ekspor	Pembebasan bea masuk barang-barang modal, peralatan atau bahan baku dan komponen-komponen produksi lain, pembebasan pungutan ekspor, perlakuan khusus untuk penghasilan yang diperoleh dari ekspor, pengurangan pajak penghasilan atas penghasilan yang berupa mata uang asing, pemberian kredit pajak bila nilai ekspor meningkat, kredit pajak atas bea-bea yang dibayar atas impor bahan-bahan produksi, pemberian kredit pajak atas komponen-komponen lokal yang diekspor, biaya-biaya modal dan biaya-biaya yang dibayar di luar negeri bisa dibiayakann di dalam negeri, serta pemberian kredit pajak atas nilai tambah yang dihasilkan.
Alih teknologi	Penyusutan yang dipercepat, <i>tax holiday</i> , belanja barang modal dan pelatihan bisa dibiayakan, serta pengurangan <i>withholding tax</i> atas dividen atau royalti
Peningkatan kualitas	<i>Tax holiday</i> , biaya pelatihan bisa dibiayakan,

tenaga kerja	pengurangan penghasilan kena pajak sesuai dengan jumlah karyawan, pengurangan <i>social security contribution</i>
Peningkatan kualitas Peningkatan nilai tambah	<i>Tax holiday</i> , pengurangan tarif pajak penghasilan, rugi pajak yang dapat dibawa ke tahun pajak selanjutnya atau tahun pajak sebelumnya, pengurangan pajak penghasilan berdasarkan biaya promosi dan pemasaran dan pengurangan pajak penghasilan berdasarkan nilai penjualan.
Investasi Sektoral & Investasi regional	Pembebasan bea masuk untuk barang modal, bahan baku dan komponen proses produksi, penyusutan dipercepat, <i>tax holiday</i> , investasi bisa dibiayakan, pelatihan-pelatihan bisa dibiayakan, rugi pajak dapat dibawa ke tahun pajak selanjutnya atau tahun pajak sebelumnya dan konsesi pajak atas <i>capital gain</i> .

Sumber: Inside Tax (April 2008).

Berikut ini merupakan uraian keuntungan dan kerugian yang terdapat dalam setiap insentif pajak yang dipilih :

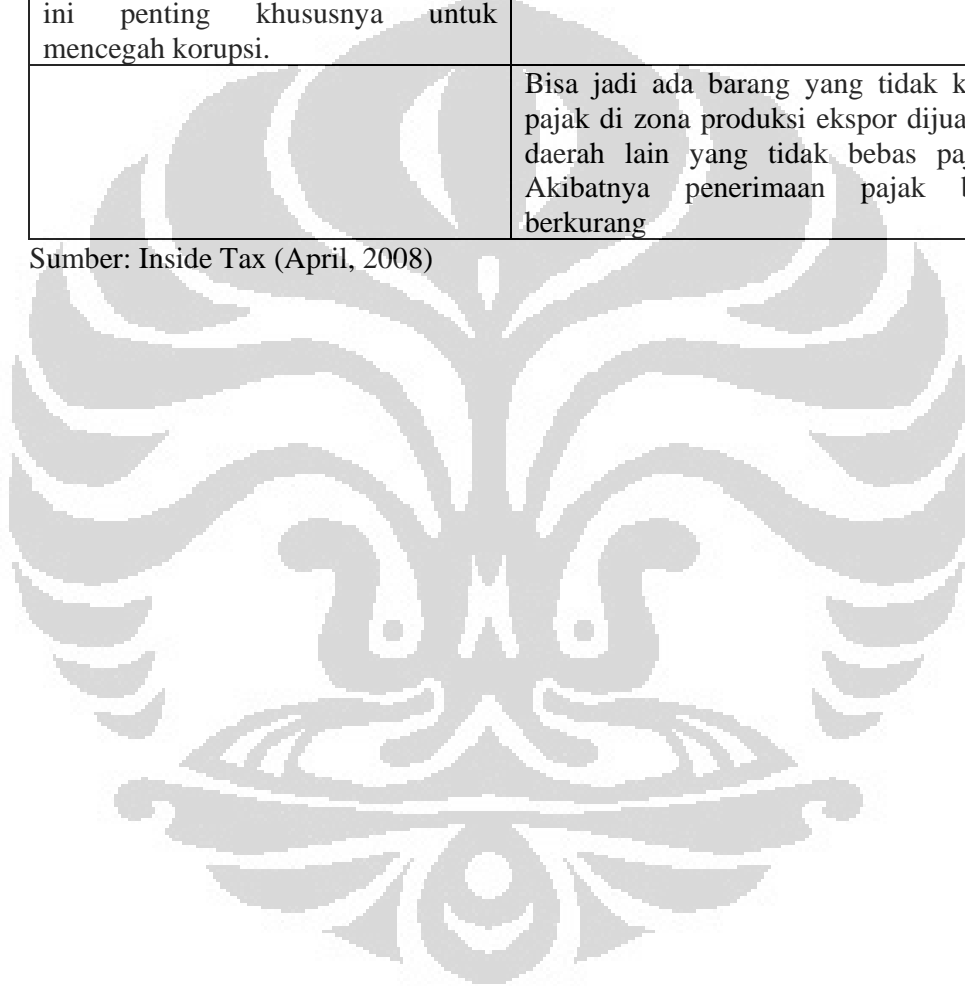
Tabel 2.5
Tujuan Pemberian Insentif

KEUNTUNGAN	KERUGIAN
Tarif Pajak yang Lebih Rendah	
Administrasinya sederhana	Lebih menguntungkan perusahaan-perusahaan besar yang tanpa insentif pun tetap akan menanamkan modalnya
Kehilangan potensi penerimaan lebih mudah diidentifikasi	Mengakibatkan timbulnya dorongan untuk memanipulasi transfer price guna mengalihkan sebagian besar keuntungan ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah
	Merupakan keuntungan tak terduga bagi perusahaan-perusahaan yang sudah ada
	Pemberian kredit pajak oleh negara asal investor besar kemungkinan berkurang
Tax Holiday	
Administrasinya sederhana	Sama dengan penurunan tarif pajak di atas namun masih ada kemungkinan bahwa kredit pajak yang diberikan oleh negara asal investor tidak berkurang (seolah pajaknya dibayar penuh)

Tidak membutuhkan kontak dengan petugas pajak. Hal ini penting khususnya untuk mencegah korupsi.	Hanya menarik proyek-proyek berjangka pendek saja
	Bisa mendorong tax avoidance dengan menghentikan kegiatan investasi yang masa bebas pajaknya hampir habis dan membentuk perusahaan baru supaya periode bebas pajaknya dapat diperpanjang
	Mendistorsi persaingan antar perusahaan baru dengan perusahaan lama karena perusahaan baru bisa menikmati fasilitas beban pajak
	Hilangnya potensi penerimaan pajak lebih susah diidentifikasi, kecuali perusahaan-perusahaan yang memperoleh fasilitas bban pajak diharuskan memasukkan SPT Tahunan. Namun ini berarti secara administratif menjadi tidak lagi sederhana.
Investasi dapat dibiayakan dan pemberian kredit Pajak	
Dapat diberikan hanya untuk investasi tertentu yang manfaatnya paling besar	Mendorong pembelian aset baru karena pembelian aset-aset baru bisa dibiayakan. Akibatnya proses pemilihan aset terdistorsi oleh faktor pajak
	Bisa mendorong tax avoidance bila ada perusahaan yang menjual aset lamanya untuk kemudian langsung dibelinya kembali untuk memperoleh fasilitas pajak
	Menambah beban administrasi
	Bisa merugikan investasi berjangka panjang bila aturan mengenai akumulasi rugi pajak tidak mendukung.
Penyusutan Dipercepat	
Kehilangan potensi penerimaan pajak lebih mudah diidentifikasi	Beban administrasi lebih besar
Tidak mendistorsi pemilihan aset	Bisa merugikan investasi berjangka panjang bila aturan mengenai akumulasi rugi pajak tidak mendukung
Membuat pajak penghasilan atas perusahaan lebih mendekati karakteristik pajak atas konsumsi sehingga bisa mengurangi adanya pengaruh negatif pajak penghasilan	

atas investasi	
Pembebasan pajak tidak langsung (PPN, Bea Masuk dan Lain-lain)	
Tidak membutuhkan kontak antara petugas pajak dengan investor, hal ini penting khususnya untuk mencegah korupsi	Pembebasan PPN bisa jadi tidak terlalu berpengaruh karena sesungguhnya wajib pajak bisa mengkreditkan seluruh PPN yang sudah dibayar
	Lebih rentan aktivitas avoidance
Zona Produksi Ekspor	
Tidak membutuhkan kontak antara petugas pajak dengan investor. Hal ini penting khususnya untuk mencegah korupsi.	Mendistorsi pemilihan lokasi investasi
	Bisa jadi ada barang yang tidak kena pajak di zona produksi ekspor dijual di daerah lain yang tidak bebas pajak. Akibatnya penerimaan pajak bisa berkurang

Sumber: Inside Tax (April, 2008)



BAB 3

METODE PENELITIAN DAN CSR DI INDONESIA

Rancangan penelitian yang akan digunakan dalam penulisan tesis ini akan menggunakan penelitian deskriptif (*descriptive*). Penelitian deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis undang-undang dan peraturan-peraturan perpajakan yang terkait dengan insentif pajak atas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan oleh perusahaan di Indonesia serta undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan pencegahan *tax avoidance* atas pemberian insentif pajak untuk pelaksanaan CSR tersebut.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu Undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan insentif pajak atas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pencegahan *tax avoidance* atas pemberian insentif pajak untuk pelaksanaan CSR tersebut di Indonesia.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur adalah metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan terkait dengan pajak atas CSR. Baik untuk buku, karya ilmiah, artikel dan jurnal ilmiah, peraturan dan perundangan yang terkait, terutama untuk ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU dan ketentuan-ketentuan pelaksana berupa Peraturan Pemerintah (PP), Keputusan Menteri Keuangan (Kep Menkeu), Keputusan Direktur Jenderal Pajak (Kep Dirjen Pajak), Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak (SE Dirjen Pajak) dan Surat Direktur Jenderal Pajak yang berkaitan dengan perlakuan pajak penghasilan atas tanggung jawab sosial perusahaan. Studi lapangan adalah dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara terhadap pihak yang berkepentingan, yaitu dengan pihak dari Direktorat Jendral Pajak dan Wajib Pajak

3.2 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis isi (*content analysis*). Penelitian dilakukan dengan cara menganalisis isi undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan insentif pajak atas pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan oleh perusahaan di Indonesia serta undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan pencegahan *tax avoidance* atas pemberian insentif pajak untuk pelaksanaan CSR tersebut untuk menentukan apakah undang-undang dan peraturan-peraturan tersebut telah memadai. Kemudian, penulis juga menganalisis dari hasil wawancara kepada Direktorat Jendral Pajak dan Wajib Pajak. Berikut langkah-langkah yang digunakan:

1. Mengidentifikasi undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan penerapan dan pengungkapan CSR dan melakukan wawancara dengan pihak dari Direktorat Jendral Pajak dan Wajib Pajak.
2. Menganalisis undang-undang dan peraturan-peraturan terkait melalui artikel, jurnal, buku, dan hasil wawancara dengan Direktorat Jendral Pajak dan Wajib Pajak.
3. Mendapatkan hasil analisis yang disimpulkan.

3.3 CSR di Indonesia

3.3.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* /CSR) marak menjadi perbincangan tidak hanya dikalangan pebisnis, tetapi disemua kalangan termasuk akademisi dan masyarakat juga marak membicarakan CSR ini. Perusahaan-perusahaan di seluruh dunia bahkan di Indonesia berlomba-lomba untuk mengimplementasikan CSR. Maraknya pengimplementasian CSR ini banyak dilatarbelakangi oleh beberapa kejadian penting baik di dunia maupun di Indonesia sendiri.

Dalam Wibisono:3-6, ada beberapa tahapan evolusi dari perkembangan CSR ini di dunia dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Revolusi Industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka. Mereka memandang

bahwa sumbangan kepada masyarakat cukup diberikan dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produknya, dan pembayaran pajak kepada negara.

2. Tahun 1960-an, gema CSR semakin terasa saat dimana secara global, masyarakat dunia telah pulih dari Perang Dunia II, dan mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan. Persoalan-persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula terabaikan mulai mendapatkan perhatian luas dari berbagai kalangan. Persoalan ini telah mendorong berkembangnya beragam aktivitas yang terkait dengan pengentasan kemiskinan dan keterbelakangan dengan mendorong berkembangnya sektor produktif dari masyarakat.
3. Tahun 1980-an, semakin banyak perusahaan yang menggeser konsep filantropisnya kearah *Community Development* (CD). Intinya kegiatan kedermawanan yang sebelumnya kental dengan pola kedermawanan ala Robbin Hood maskin berkembang ke arah pemberdayaan masyarakat semisal pengembangan kerjasama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, hubungan inti-plasma, dan sebagainya.
4. Tahun 1990-an, diwarnai dengan beragam pendekatan seperti pendekatan integral, pendekatan stakeholder maupun pendekatan *civil society*. Kejadian-kejadian penting selama tahun 1990-an adalah sebagai berikut:
 - a. Pada tahun 1992, diselenggarakan KTT Bumi (Earth Summit). KTT yang diselenggarakan di Rio de Jenairo, Brazil ini menegaskan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang didasarkan atas perlindungan lingkungan hidup, pembangunan ekonomi, dan sosial sebagai hal yang mesti dilakukan. Untuk menindaklanjuti komitmen ini, pertemuan rutin pun dilakukan, dan yang paling monumental adalah pada pertemuan ke 3 (*Conference of Parties III*) yang diadakan di kyoto Jepang pada tahun 1997 yang menghasilkan *Protokol Kyoto* dan terbuka ditandatangani oleh 84 negara. Melalui protokol ini, negara Annex I, yaitu negara yang lebih dahulu mengeksploitasi sumber daya alam, diwajibkan secara hukum untuk mengurangi emisi gas rumah kaca yaitu

diantaranya: CO₂, CH₄, N₂O, HFCS, PFCS, dan SF₆, minimal 5,25% dari tingkat emisi tahun 1990, selama tahun 2008 sampai dengan 2012, yang merupakan kewajiban periode komitmen I.

- b. Pada tahun 1997, John Elkington membuat terobosan besar dalam konteks CSR melalui konsep “3P” (profit, people, planet) yang dituangkan dalam buku *“Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business”*. Ia berpendapat bahwa jika perusahaan ingin *sustain*, maka ia perlu memperhatikan 3P, yakni, bukan cuma *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).
5. Tahun 2002, gaung CSR semakin bergema setelah diselenggarakannya *World Summit on Sustainable Development (WSSD)* di Johannesburg Afrika Selatan. Konferensi dunia yang disebut juga Rio+10 itu menghasilkan tiga dokumen penting yaitu:
- a. Deklarasi Johannesburg untuk pembangunan Berkelanjutan (*Johannesburg Declaration for Sustainable Development*) yang merupakan deklarasi bersama para pemimpin negara dan pemerintah. Isinya tantangan dalam menjalankan pembangunan berkelanjutan.
 - b. Rencana Implementasi (*Plan of Implementation*). Dokumen ini berisi upaya-upaya yang harus dilakukan berdasarkan prinsip bersama tapi dengan tanggung jawab yang berbeda (*common but differentiated responsibility*), yang mengintegrasikan elemen ekonomi, ekologi, dan sosial yang didasarkan pada tatapenyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*).
 - c. Dokumen Kerjasama (*Partnership*) yang dikenal dengan istilah Type II. Kerjasama yang tercantum dimaksudkan untuk mempercepat proses pembangunan berkelanjutan yang merata secara internasional dengan dukungan dana dari negara-negara maju serta lembaga internasional.

Deklarasi Johannesburg ini menggarisbawahi bahwa pembangunan berkelanjutan mempunyai tiga pilar yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Intinya pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan ekonomi

yang harus berwawasan lingkungan dan sekaligus mengusahakan pemerataan yang seadil-adilnya.

Kejadian-kejadian tersebut mempengaruhi perjalanan praktik CSR di dunia tidak terkecuali di Indonesia. Sebenarnya kegiatan sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah ada sejak lama, bahkan semenjak masa orde baru. Pada masa orde baru CSR disini hanya bersifat sosial dimana lebih banyak dimotivasi oleh politik dan dipengaruhi oleh pengaruh dari pemimpin orde baru tersebut. Mulai dari runtuhnya masa orde baru, menjadikan awal terbentuknya iklim demokrasi di Indonesia. Hal ini menjadi suatu pintu gerbang bagi perkembangan CSR di Indonesia dimana banyak kejadian-kejadian alam di dalam negeri yang mendorong para pengusaha untuk mengembangkan kegiatan sosialnya. Sejalan dengan perkembangan *Good Corporate Governance* (GCG) akibat adanya krisis moneter yang dialami oleh Indonesia pada akhir tahun 1990-an, CSR pun berkembang sampai hari ini. Sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya CSR diterapkan oleh perusahaan mulai muncul ketika banyak bencana yang timbul baik akibat ulah perusahaan maupun karena alam. Sebut saja bencana Tsunami pada akhir tahun 2004, mendorong para pengusaha untuk berlomba-lomba memberikan donasinya. Namun tidak banyak juga bencana timbul akibat ulah korporasi. Belajar dari kasus yang pernah muncul, sebut saja banjir lumpur panas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo, Jawa Timur yang sampai sekarang belum terselesaikan. Kasus ini muncul ketika pada tanggal 29 Mei 2006, semburan lumpur panas bercampur gas terjadi di kawasan pengeboran gas milik Lapindo Brantas di Porong, Sidoarjo. Akibatnya tidak hanya perusahaan itu sendiri yang merugi, namun semua pihak juga mengalami kerugian. Tidak sedikit yang mengalami kerugian akibat perbuatan perusahaan ini. Masyarakat harus kehilangan tempat tinggalnya, kehilangan pekerjaan, kesempatan untuk bersekolah bagi anak-anak yang terkena dampak dari lumpur ini, dan termasuk juga pemerintah yang banyak mengalami kerugian karena harus mengambil alih penanganan bencana. Semburan lumpur

Lapindo membuat pembangunan di Sidoarjo setengah mandek. Infrastruktur yang hancur membuat denyut ekonomi seret.⁴

Selain itu masih banyak kasus lain yang terkait dengan CSR ini, seperti pada harian Kompas dalam Tunggal (2008:118), ketika pemerintah harus mencabut izin usaha 12 perusahaan hak penguasaan hutan. Menurut Menteri Kehutanan MS Kaban, izin usaha perusahaan tersebut dicabut karena melanggar beberapa ketentuan. Selain 12 perusahaan tersebut, Departemen Kehutanan juga sudah melayangkan surat peringatan bagi 10 perusahaan hak penguasaan hutan (HPH) karena pelanggaran serupa. Akibat dari ulah perusahaan yang tidak bertanggungjawab ini menjadi salah satu dari penyumbang kerusakan hutan di Indonesia. Dan masih banyak lainnya kasus yang terjadi di Indonesia yang menyangkut masalah ketenagakerjaan, lingkungan, perlindungan konsumen dan lainnya yang kemudian menjadikan CSR marak diperbincangkan.

3.3.2 Regulasi Pemerintah

Jika melihat dari banyaknya konflik sosial yang ditimbulkan dari praktek usaha perusahaan yang disebutkan sebelumnya, CSR yang pada dasarnya adalah sesuatu yang lebih bersifat sukarela namun perkembangan saat ini perusahaan dituntut untuk lebih bertanggungjawab dalam melakukan kegiatannya tidak hanya untuk kepentingan perusahaan tersebut tetapi juga untuk kepentingan lingkungan sekitar perusahaan. Lalu kemudian pemerintah ikut turut campur dalam kegiatan CSR ini dengan meregulasi kegiatan ini. Walaupun di Indonesia belum mempunyai ketentuan khusus dan lengkap dalam praktek CSR ini, namun kita bisa menemukan beberapa peraturan yang terkait dengan kegiatan CSR ini.

Pemerintah melalui Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor KEP-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, mewajibkan Badan Usaha Milik Negara untuk melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan mematuhi ketentuan-ketentuan yang telah diatur. Sementara untuk Persero Terbuka juga dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang ditetapkan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang

⁴ Yusuf Wibisono. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (2007)

Salam (RUPS). Dalam Keputusan Menteri (Kepmen) ini tidak memuat mengenai sanksi bagi BUMN yang tidak melaksanakan walaupun dikatakan sebelumnya diwajibkan bagi BUMN, sementara untuk Perseroan Terbuka hanya dikatakan boleh menggunakan panduan kepmen ini namun tidak diwajibkan.

Kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial untuk perusahaan dapat ditemukan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Dalam UU ini dapat ditemukan butir-butir pasal yang mengatur mengenai CSR ini diantaranya adalah :

- a. Pasal 15 (b) disebutkan bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.
- b. Pasal 16 (d) dan (e) dimana di kedua point itu mewajibkan para penanam modal untuk bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.
- c. Pasal 16 (d) mengenai kelestarian lingkungan hidup didukung oleh Pasal 17 yang berisi “Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.
- d. Pada Pasal 34, disebutkan sanksi jika melanggar Pasal 15 dapat dikenai sanksi administrasi yaitu berupa peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. Sanksi administrasi tersebut diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseroan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kewajiban dalam melakukan tanggung jawab sosial bagi perusahaan juga ditentukan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang kemudian disebut UU PT yaitu tertulis pada Pasal 74. UU PT tersebut menyatakan sebagai berikut:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- b. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Kemudian secara khusus mengenai lingkungan hidup diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 mengenai Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dalam pasal 68 menyatakan kewajiban setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan, yaitu:

- a. Memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu;
- b. Menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup;
- c. Menaati ketentuan tentang baku mutu lingkungan hidup dan/atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup.

Dalam UU ini selain menjelaskan hak, kewajiban, dan larangan juga mengatur mengenai sanksi salah satunya adalah sanksi administrasi dalam pasal 76 yaitu sebagai berikut:

- (1) Menteri, gubernur, atau bupati/walikota menerapkan sanksi administratif kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan jika dalam pengawasan ditemukan pelanggaran terhadap izin lingkungan
- (2) Sanksi administratif terdiri atas:
 - a. teguran tertulis;
 - b. paksaan pemerintah;
 - c. pembekuan izin lingkungan; atau
 - d. pencabutan izin lingkungan.

Selain Undang-Undang, terdapat Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan yang dikembangkan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup atau yang biasa disebut PROPER. PROPER suatu hukum lingkungan perdata maupun pidana namun hanya sebagai program yang melengkapi hukum-hukum yang ada dengan tujuan meningkatkan kualitas lingkungan. Banyak perusahaan terutama yang kegiatan usahanya bersentuhan langsung dengan lingkungan menjadi peserta PROPER ini dengan ketentuan tertentu. Manfaat PROPER bagi dunia usaha adalah sebagai berikut:

- a. alat untuk *benchmarking* untuk kinerja non keuangan perusahaan
- b. insentif reputasi untuk kinerja yang lebih dari taat
- c. alat promosi bagi perusahaan yang ramah lingkungan.

Dalam web resmi menteri lingkungan hidup dikatakan bahwa untuk memudahkan komunikasi dengan para *stakeholder* dalam menyikapi hasil kinerja penataan masing-masing perusahaan, maka peringkat kinerja perusahaan dikelompokkan dalam lima peringkat warna. Sejalan ini PROPER merupakan satu-satunya kegiatan pemerinkatan yang menggunakan lima peringkat warna. Pada umumnya peringkat menggunakan huruf, angka dan bintang. Dalam aspek komunikasi, penggunaan peringkat warna akan lebih mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat. Penggunaan peringkat warna juga memberikan efek insentif dan disinsentif reputasi bagi masing-masing perusahaan:

Tabel 3.1
Peringkat Warna PROPER

Tingkat Penataan	Alternatif Peringkat		Efek publikasi yang diharapkan		
Lebih dari taat	A	««««««		Insentif	Penghargaan Stakeholder
	B	«««««		Reputasi	
Taat	C	««««			
Belum taat	D	«««		Disinsentif	Tekanan Stakeholder
	E	«		Reputasi	

Sumber: www.menlh.go.id

Lima peringkat warna yang digunakan mencakup peringkat Hitam, Merah, Biru, Hijau, dan Emas. Peringkat Emas dan Hijau untuk perusahaan yang telah melakukan upaya lebih dari taat dan patut menjadi contoh, peringkat Biru bagi perusahaan yang telah taat, dan peringkat Merah dan Hitam bagi perusahaan yang belum taat. Arti dari setiap warna adalah sebagai berikut:

- a. Emas, yaitu telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dan telah melakukan upaya 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang berkesinambungan, serta melakukan upaya-upaya yang berguna bagi kepentingan masyarakat pada jangka panjang
- b. Hijau, yaitu telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan, telah mempunyai sistem pengelolaan lingkungan, mempunyai hubungan yang baik dengan masyarakat, termasuk melakukan upaya 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*)
- c. Biru, yaitu telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang berlaku
- d. Biru Minus, yaitu melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi beberapa upaya belum mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan
- e. Merah, yaitu melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan
- f. Merah Minus, yaitu melakukan upaya pengelolaan lingkungan, akan tetapi baru sebagian kecil mencapai hasil yang sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan
- g. Hitam, yaitu belum melakukan upaya pengelolaan lingkungan berarti, secara sengaja tidak melakukan upaya pengelolaan lingkungan sebagaimana yang dipersyaratkan, serta berpotensi mencemari lingkungan

Sistem penilaian dengan lima peringkat warna ini, juga telah memperhatikan perbedaan tingkat upaya masing-masing perusahaan yang belum

taat, yaitu peringkat Hitam dan peringkat Merah, serta perbedaan tingkat upaya perusahaan yang lebih dari taat, yaitu peringkat Hijau dan Emas.

3.3.3 Potret CSR di Indonesia

Perusahaan-perusahaan di Indonesia sudah sejak lama sebelum istilah CSR marak dibicarakan telah melakukan kegiatan sosialnya. Banyak istilah dan bentuk yang dilakukan, yang populer sebelum istilah CSR marak adalah *Community Development* (CD). CD ini merupakan upaya perusahaan-perusahaan di Indonesia yang pada saat itu banyak di gunakan oleh perusahaan-perusahaan BUMN untuk membina hubungan baik dengan komunitas sekitar perusahaan tersebut. Namun kemudian peran korporasi terhadap lingkungannya menjadi sangat penting mengingat banyak perusahaan yang hanya mengejar keuntungan tanpa bertanggungjawab atas akibat dari usahanya mendapatkan keuntungan tersebut maka saat ini CSR menjadi sangat populer.

CSR di Indonesia saat ini tidak hanya diketahui dan populer dikalangan korporasi melainkan semua kalangan masyarakat mulai menyadari pentingnya CSR diterapkan oleh perusahaan. Jika melihat dari penelitian-penelitian yang dilakukan beberapa orang dalam waktu yang berbeda dapat dilihat betapa trend CSR ini meningkat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Titisari, Suwardi, dan Setiawan dimana menguji CSR perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2006 dan pengaruhnya terhadap *stock return*. Dari hasil penelitian tersebut menghasilkan bahwa penelitian tersebut tidak menunjukkan hasil yang konsisten tentang pengaruh CSR terhadap *stock return*, yang mengidentifikasi bahwa saat itu isu CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia dan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap itu. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2010) dimana dari hasil uji statistik yang dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008 menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut memberikan arti bahwa para investor kini telah mempertimbangkan laporan tanggung jawab sosialnya sebagai bahan untuk pengambilan keputusan investasinya. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya perkembangan CSR di Indonesia.

Perkembangan CSR di Indonesia dan didukung dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang tidak bertanggung jawab dalam melakukan usahanya mendorong pemerintah Indonesia untuk turut campur dalam kegiatan sosial ini. Dengan disahkannya oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada tahun 2007 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 Pasal 74 yang mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan CSR. Hal ini menjadi kontroversi dan perdebatan dimana dampak dari UU PT ini banyak perusahaan yang kemudian mengalami kebingungan. Selain konsep CSR merupakan sesuatu yang sosial dimana kemudian diperlakukan sebagai suatu kewajiban, UU PT ini kemudian tidak didukung oleh kelengkapan peraturan yang jelas. Banyak perusahaan di Indonesia yang kemudian menjadi tersesat dari praktek CSR yang tidak benar dimana hanya sekedar menjalankan kewajiban tanpa mengerti apa makna CSR itu sendiri.

Minimnya pengetahuan perusahaan-perusahaan di Indonesia mengenai CSR ini, mengakibatkan banyak perusahaan yang menjadikan CSR ini sebagai alat praktik pemasaran. Banyak perusahaan yang mengklaim telah bahwa produknya dikait-kaitkan dengan ramah lingkungan yang kemudian konsumen yang minim pengetahuan termakan oleh pemasaran palsu. Banyak pula perusahaan yang menganggap kegiatan CSR memerlukan biaya yang sangat besar sehingga hanya perusahaan besar saja yang mampu untuk melakukannya. Akibatnya banyak perusahaan kecil yang mencoba untuk melakukan CSR sekali-sekali dan menganggap bahwa CSR sama dengan sumbangan. Hal ini menjadi simpang siur dimana hakekat CSR adalah suatu kegiatan yang berkelanjutan yang tidak perlu selalu mengorbankan biaya besar untuk dapat menjangkau semua *stakeholder* atau mencoba melakukan perusabahan besar untuk bangsa tetapi bisa dilakukan dari lingkungan perusahaan itu sendiri seperti mensejahterakan karyawan atau melakukan kegiatan usaha lebih beretika secara terus-menerus.

Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, perguruan tinggi atau lembaga konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan

programnya tidak secara jelas berbendera CSR (Suharto, 2007a). Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara ad-hoc, partial, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekadar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik. Perusahaan yang melakukannya termasuk dalam kategori "perusahaan impresif", yang lebih mementingkan "tebar pesona" (promosi) ketimbang "tebar karya" (pemberdayaan) (Suharto, 2008).

Tidaklah heran saat ini hanya perusahaan-perusahaan besar saja yang gencar melakukan kegiatan sosialnya. Bahkan saat ini banyak perusahaan di Indonesia berlomba-lomba untuk membuat suatu laporan tersendiri atas kegiatan CSR-nya. Berikut adalah contoh perusahaan yang merupakan mitra Departemen sosial Republik Indonesia yang telah melakukan CSR:

Tabel 3.2
CSR Perusahaan Mitra DepSos

NO	PERUSAHAAN	ALAMAT	PROGRAM CSR
1	PT TAMBANG BUKITASAM	Kec. Tj. Enim Kab. Muara Enim Sumatera Selatan	Pembangunan Pasar Tanjung Enim, Pemanfaatan Bekas kolam Pegendap Lumpur untuk Keramba Ikan, Revegetasi Lahan Pasca Tambang untuk penanaman minyak kayu putih, KUB Organik Bokashi.
2	PT ADARO INDONESIA	Banjarmasin Kalimantan Selatan	Program peningkatan kualitas guru dan perpustakaan keliling di Kab. Tabalong, Pelatihan Bidang Ekonomi ke Pasar Mall Bauntung, Program Pertanian Terpadu, Pengolahan Air Limbah menjadi air bersih.
3	PT KONDUR PETROLEUM	Kabupaten Bengkalis Riau	Posyandu, Pokja, LKM Mandiri, Home Industri, Treng giling Art, Pedagang Harian, Tanaman

			Penghijauan, Pengolahan Limbah dan Lembaga Keuangan Mikro
4	PT TELKOM DRIVE I & V	Jawa Timur dan Sumatera Utara	Produksi genteng, taman flora, pelatihan komputer, dan internet gratis, taman bakul, limbah pembuatan genteng jadi tanah merah. Program WEB kampung digital sampali, usaha kecil berbasis ICT, pusat informasi masyarakat, program Pusat Informasi Masyarakat (PIM), Usaha Pendidikan Anak Sekolah Tidak Mampu, Usaha Pertanian dan Peternakan.
5	PT BAKTRIE SUMATERA	a. Kab. Tanjung Jabung Jambi b. Pasaman Sumatera Barat	Perkebunan Inti Rakyat Transmigrasi, Kredit Koperasi Primer untuk anggota (KKPA) Beasiswa Pendidikan Tk. SD melalui Yayasan, Pendidikan Putri Ayu Bakrie (YPPAB) Sekolah TK, SD dan SMP Sungai Aur Estate, Hutan Konservasi, Divisi 3 Air Balam, Air Terjun Sampuran Talang Betung
6	PT TOBA PULP AND PAPE	Porsea, Sumatera Utara	Perkebunan Ekalyptus, Kayu Rakyat (PKR) Lembaga Pendidikan (TK, SD, SMP) Pengolahan Limbah jadi kompos
7	PT BERAU COAL	Kabupaten Berau Kalimantan Timur	Asrama Pelajar Komunitas Adat Terpencil, Kemas Produksi Jahe, Penyulingan Air bersih, Koperasi Maju Bersama, Kelompok Keramba Ikan, Usaha Kompos Kelompok Budi Daya Unggas

8	PT KALTIM PRIMA COAL	Sangata, Kalimantan Timur	Pemukiman Suku Dayak Basaf, Pelestarian Plasma Nuftah, Program Pelestarian Taman Nasional Kutai, Operasi Bibir Sumbing, KUB Minyak Nilam, Pemberian Bantuan Gizi.
9	PT HM. SAMPOERNA TBK	Surabaya, Jawa Timur	Pelatihan Terpadu Usaha Kecil Agro Bisnis, Program Air Bersih, Program SAR, Bantuan Modal dan tekno logi Usaha Makro dan Kecil, Program Sri (Penanaman Padi) dan Budidaya Jamur
10	PT INDOCEMENT TUNGGI PRAKARSA	Bogor, Jawa Barat	Bangunan Sekolah (SD, SMP, SMA dan Perpustakaan), Peternakan Ayam, Konveksi dan Pembuatan Kue, Puskesmas Binaan Indicement Bogor, Tanaman Jarak Pagar.
11	PT ARUTMIN SATUI	Satui Kalimantan Selatan	Program Aku himung Petani Banua” Pendidikan, Puskesma, Pertanian, Perkebunan, Peternakan, Sumur Air Bersih, Penggemukan Sapi Potong, Ayam Arab dan Ikan Nila
12	PT TIDAR KERINCI AGUNC	Kab. Solok Selatan Sumatera Barat	Perumahan Karyawan, Poliklinik, Sekolah, Koperasi, Masjid, Pasar Grosir, Sarana Olah Raga, memberikan bantuan Bibit Sawit dengan sistim plasma.
13	PT RIAU ANDALAN PULP PAPER INDONESIA	Pangkalan Kerinci, Kab. Pelalawan, Riau	Program Kios Plus, Pelayanan Kesehatan, memberi kan modal Usaha Membangun Sekolah, Membentuk Koperasi, Program Pengembangan Penanaman Akasia, Program Ekonomi Lokal (Produksi Pallet, Cleaning Service, Program Training, Pertanian Terpadu,

			Pen kanan, memberikan Bantuan fasilitas umum
14	PT PERTAMINA (Persero)	UP IV- Cilacap Jawa Tengah	Bantuan Korban Bencana Alam, Pendidikan Pelatihan Program PUKK, Program Pembuatan Air Bersih, Pembangunan Gotong Royong. Selokan. Bantuan untuk PantiAsuhanAnak
15	PT NEWMONT NUSA TENG	Sumbawa Barat, NTB	Pembangunan Infrastruktur Lokal, Pelatihan kesehatan bantuan Gizi, pembangunan Mesjid, pasar, puskesmas pendampingan petani pra sejahtera, dan bantuan ketahanan pangan
16	PT Internasional Nickel (INCO)	Sorowako, Sulawesi Selatan	Pendidikan dan pelatihan, kesehatan, pertanian dan agroindustri, pengembangan usaha lokal, olah raga, bantuan sarana dan prasarana infrastruktur lokal dan bantuan untuk pondok pesantren
17	PT KIANI KERTAS	Kab Berau, Kalimantan, Kalimantan Timur	Pembuatan jalan baru, perawatan jalan di 2 desa, pembuatan gorong2, mesjid, sarana prasarana TK, subsidi solar, bantuan air bersih dan penerangan lampu jalan
18	PT Freeport Indonesia	Kab Mimika, Papua	Pembangunan infrastruktur lokal, listrik, pemberdayaan ekonomi masyarakat (usaha ayam potong, dll) study kelayakan, relokasi pemukiman dan bantuan unt yayasan 7 suku.
19	PT PUPUK KALTIM	Bontang, Kalimantan Timur	Bantuan usaha kecil dan mikro untuk budi daya ikan, kepiting, kesehatan, bencana alam, bantuan sarana ibadah dan pelestarian alam

20	PT PETROKIMIA GRESIK	GRESIK, Jawa Timur	Bantuan bencana alam, pengobatan gratis, khitanan massal, beasiswa, dan anak asuh, bantuan untuk anak yatim piatu dan bantuan usaha mikro
21	PT Indonesia Power	Jawa Barat dan Bali	Bantuan klinik bakti, sekolah lapangan, bantuan usaha ikan hias, pemulihan trumbu karang, membantu Lembaga keuangan mikro dan bantuan bencana alam dan desa siaga.
22	PT Astra International	Jakarta	Pembangunan dan operasional Masjid Astra, Pendidikan dipoma 3 politeknik program bencana alam. Komposing dan daur ulang kertas
23	PT ISM Bogasari Flour Mills	D.I. Yogyakarta	Pemberian dana bergulir dilokasi daerah pinggiran pantai penanaman pohon kelapa dan kelor di area kandang sapi sebagai Wind Barrir
24	PT Toyota Motor	Jawa Barat	Pengembangan hutan rakyat, Konserfasi lahan pantai pembangunan jaringan kebun bibit.
25	PT Medco Inergi International	Kaltem, Sumsel dan Jatim	Pengembangan usaha mikro kecil sebagai suplayer perusahaan, renovasi gedung sekolah, pembangunan sumur bor, bantuan 2000 pohon, membangun infrastruktur lokal, rumah layak huni dan fasilitas computer pelatihan guru, pemberian gizi, bantuan bencana
26	PT City Group Indonesia	Jakarta	Peningkatan kapasitas guru, pelatihan manajemen berbasis sekolah, bantuan sarana dan prasarana sekolah

27	PT Asuransi Jiwa Manulife	Jawa Barat	Peningkatan kapasitas dan prasarana sekolah pemberian sembako, renovasi ruang kelas, bantuan akses jalan ke sekolah dan bantuan bencana
28	PT Astra Agro Lestari	Sulawesi Barat	Memberikan bantuan bibit sawit, modal usaha, bantuan bencana dan bantuan memberukan akses jalan, pembangunan infrastruktur lokal dan pengembangan usaha kecil sebagai suplayer
29	PT Unilever Indonesia	D.I. Yogyakarta	Memberikan bantuan usaha pengembangan pertanian kedelai kepada petani, bantuan sarana dan prasarana serta pembangunan jalan setapak
30	PT Semen Gresik	Jatim	Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberikan bantuan PKBL, sarana umum, keagamaan & Pendidikan bantuan ekonomi, peningkatan kapasitas,
31	PT Aneka Tambang	Sultra, Kepri dan Jawa Barat	Pembangunan infrastruktur lokal, bantuan pendidikanbantuan bencana alam, pembuatan jalan usaha tani, pembangunan pasar tradisional, usaha budidaya tripang, usaha pengangkutan slang, pembangunanirigasi, reklamasi
32	BOB. PT Bumi Siak Posako	Kab.Siak, Riau	Membantu pembangunan pendidikan dan peralatan sekolah, biasiswan, semenisasi jalan, pengadaan kapal, membantu pembuatan tenun siak, pelatihan <i>home</i> industri
33	PT Indah kiat Pulp And Paper	Perawang, Riau	Peningkatan kapasitas guru, bantuan transportasi siswa, pelayanan kesehatan, pengadaan sumur bor dan sumur bersih, memberikan arus listrik, pembangunan infrastruktur lokal,

			pengembangan usaha kecil & menciptakan lapangan pekerjaan.
34	PT Indomico Mandiri, Banpu Group	Bontang, Kaltim	Pemberdayaan usaha kecil, biasiswa, perawatan jalan dan transportasi umum, memberikan modal usaha, pembuatan dodol, kripik pisang, petani, pembangunan halte, renovasi Masjid, pemberian gizi, makanan tambahan dan pengobatan gratis.
35	PT Pertamina Daerah DOH NAD.	Aceh	Bantuan taman bacaan, bantuan sekolah, bantuan usaha, jahit, bordir, makanan siap saji, pembuatan pembangunan halte bus, dan bantuan fasilitas kesehatan umum
36	PT Telekomunikasi Ind	Kaltim dan Jateng	Pembangunan sarana umum, bantuan sarung Samarinda, bantuan membuat saluran air untuk perkebunan salak, bantuan anak jalanan, dan pemberian bantuan sutra alam, tanaman anggrek dan pohon bonsai.
37	PT Tjiwi Kimia	Jawa Timur	Bantuan rumah pintar, bantuan usaha kecil, bantuan kesehatan, pemberdayaan masyarakat dengan <i>Shopping Web</i> dan bantuan sarana prasarana instruktur lokal, pemberdayaan pedagang kaki lima
38	PT Petro China International	Papua	Pembangunan infrastruktur lokal, air bersih, peningkatan ketrampilan manajemen teknologi dan pemasaran, Reklamasi lahan dan pemberian modal usaha

39	PT Bakrieland Dev. BNR	Bali	Mampekerjakan karyawan disekitar sebanyak 900 orang yang terdiri dari pemilik tanah, pembibitan, penciptaan lingkungan hijau dan bersih dan pemberian modal usaha bagi masyarakat sekitar.
40	PT Semen Tonasa		Bantuan pengembangan sarana dan prasara seperti pembuatan jalan, pengairan sawah di sekitar pabrik, pelestarian lingkungan , dan pilot projek Semen Tonasa
41	PT Bank Rakyat Indonesia	Jawa Tengah	Bantuan program kemitraan, memberikan pelatihan kapasitas, memberikan pembekalan program usaha pertanian terpadu, padi, dan ternak kambing
42	PT Pertamina (Persero)	DOH. Jayapura	Pembiayaan pemberdayaan ekonomi rakyat, pembiayaan usaha kecil, biasiswa, sarana transportasi umum, bantuan taman bacaan, bantuan sekolah, usaha jahit, bordir, pembangunan halte bus, dan bantuan pemberian gizi
43	PT Arutmin	Batulicin, Kalsel	Pembangunan infrastruktur lokal, pemberian listrik, dan sarana ibadah, air bersih, bantuan usaha petani lokal & Pengobatan petani masal.
44	PT Microsoft Indonesia	D.I. Yogyakarta	Bantuan peningkatan kapasitas dibidang ITI, memberikan usaha petani dengan sistem jaringan, memberikan bantuan Insfratruktur lokal
45	PT Pfizer Indonesia	Jawa Barat	Memberikan bantuan pembangunan sekolah, beasiswa dan pengobatan gratis, serta penyiaran melalui radio tentang kesehatan

46	PT Bank Central Asia	Jakarta	Peningkatan kapasitas dibidang perbankan, program magang, pengobatan gratis dan bantuan bencana alam
47	PT Bank Niaga	Jakarta	Renovasi sekolah, dan bantuan kesehatan, bantuan operasional sekolah, penanaman pohon,
48	PT Blue Bird Group	Jakarta	Pelatihan sopir, program pemagangan dan kesehatan gratis bagi karyawan dan masyarakat sekitar, serta pembangunan rumah bagi karyawan yang berprestasi
49	PT Jamsostek	Kaltim, Bali, Jateng	Bantuan bergulir dan program hibah bagi usaha sayur mayur, buah dengan diikut sertakan Jamsostek sebagai peserta gratis. Bantuan usaha tenun membentuk koperasi Mandiri yang dikelola ibu-ibu, memberikan bantuan kepada usaha pelatihan dibidang komputer dengan memberikan lokasi (<i>Networking</i>) dan pengobatan masal serta bantuan infrastruktur lokal.
50	PT Indocement Tungal Prakarsa P.12	Kalimantan Selatan dan Jawa Tengah	Bantuan listrik, bantuan pembangunan sekolah dan biasiswa, pemanfaat limbah perusahaan untuk kerajinan rumah tangga, bantuan usaha mikro seperti kripik pisang emping, peyek 1.520. subsidi bahan bakar suplay air bersih dan pengobatan gratis, penanaman pohon jarak,
51	PT Smart Corporation, Tbk	Kalsel	Pembukaan lahan untuk perkebunan, bantuan manajemen konservasi untuk air tanah, bantuan sistem irigasi penanaman kacang-kacangan untuk menutupi tanah pembangunan gedung sekolah, fasilitas gedung

			sekolah.
52	PT TELEKOMUNIKASI	Sulawesi Tengah	Bantuan usaha kopi jahe, peningkatan kapasitas, bantuan usaha abon, bantuan peningkatan ekonomi rakyat melalui pelatihan potensi ekspor daerah, kayu eboni dan membina pengrajin kayu dan pelestarian kerajinan khas daerah
53	PT Bank Mandiri	Jawa Timur	Pemberian modal usaha, pelatihan peningkatan kapasitas, peningkatan jejaring kerja, memberikan bantuan infrastruktur lokal dan kesehatan gratis
54	PT PLN	Bali	Bantuan rumah layak huni, bantuan pembangunan infrastruktur lokal, bantuan bagi penyandang cacat untuk usaha, bantuan irigasi dan pelayanan kesehatan gratis
55	PT Semen Andalus Ind	Lognga, ACEH	Bantuan usaha bagi masyarakat sekitar, bantuan penyediaan air bersih, irigasi, bantuan rumah layak huni dan bantuan bencana alam
56	PT Nestle Indonesia	Jakarta	Bantuan Penyehatan lingkungan, Bantuan nutrisi bagi balita, peningkatan kapasitas bagi usaha mikro, dan bantuan bencana alam
57	PT Panasonic Indonesia	Jakarta	Bantuan pelatihan <i>software</i> , bantuan usaha mikro dan penyehatan lingkungan kali angke dan kesehatan gratis
58	PT Exxonmobil Oil Indonesia	Aceh dan Jabar	Bantuan usaha kecil, pelatihan peningkatan kapasitas bagi ibu2 dan bantuan bencana alam

59	PT Holcim	Jawa Tengah	Bantuan pelatihan bagi tukang bangunan dan pemberian modal usaha, bantuan pembangunan infrastruktur lokal dan kesehatan gratis, serta beasiswa
60	PT Petrokimia	Gresik, Jatim	Bantuan bencana alam, pendidikan dan pelatihan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum dan bantuan usaha perdagangan
61	PT Bakrie Sumatera Plan	Sumatera Utara	Bantuan bangunan sekolah dan saranannya, bantuan untuk panti asuhan anak dan bantuan bencana alam dan kesehatan gratis, serta beasiswa
62	PT Angkasa Pura	Sumatera Selatan	Bantuan bagi panti asuhan, bencana alam, usaha kecil bantuan kesehatan gratis, bantuan air bersih dan irigasi bagi petani dan beasiswa
63	PT Asuransi Kesehatan	Jakarta	Bantuan pelatihan lingkungan dan kesehatan reproduksi bencana alam dan kesehatan gratis
64	PT Phapros	Jateng	Pelayanan kesehatan gratis, beasiswa, dan bantuan sekolah dan prasarannya dan bantuan bencana Alam
65	PT Surveyor Indonesia	Pekanbaru, Riau	Bantuan pelatihan neraca sederhana bagi petani perkebunan sawit, kesehatan keliling gratis, bantuan bencana alam dan pemberian modal usaha bagi pedagang
67	PT Sucofindo	Kalimantan Timur	Bantuan bagi panti asuhan, bencana alam, usaha kecil. Pelatihan UKM, dan kesehatan gratis

68	PT Pelindo	Jawa Timur	Pelatihan peningkatan kapasitas bagi nelayan, bantuan bencana alam dan kesehatan gratis
69	PT PTPN V	Pekanbaru, Riau	Bantuan usaha kecil, pelatihan peningkatan kapasitas bagi ibu2 dan bantuan bencana alam
70	PT Pupuk Kujang	Cikampek, Jabar	Bantuan Bencana alam, bantuan usaha micro dibidang kerajinan tangan, kesehatan gratis, pembibitan, beasiswa dan sarana prasana sekolah
71	PT Jababeka Infrastruktur	Cikarang, Jabar	Bantuan pengerasan jalan lingkungan, gorong2, air bersih, dan bantuan usaha bagi ibu2, kesehatan gratis dan lingkungan taman disekitar perumahan
72	PT Timah	Bangka Belitung	Bantuan perumahan layak huni, air bersih, kesehatan gratis, beasiswa dan bantuan sarana, prasarana sekolah
73	PT Krakatau steel	Banten	Pemberian modal usaha , pelatihan peningkatan kapasitas, peningkatan jejaring kerja, memberikan bantuan infrastruktur lokal dan kesehatan gratis
74	PT Badak LNG	Bontang, Kaltim	Bantuan bedah kampung, sistim irigasi, kesehatan lingkungan, modal usaha dan beasiswa, serta bantuan sarana sekolah beserta bangunannya
75	PT Chevron	Pekanbaru, Riau	Pengembangan Usaha lokal dengan sistim klauster dan memberikan pelatihan wirausahawan, bantuan bencana alam, kesehatan gratis dan bantuan sarana umum.

Sumber: Kasubdit KKDU, Dit PKSM, Ditjen Pemberdayaan Sosial, Depsos

Pambudi (2006) menyatakan bahwa hasil riset yang dilakukan oleh Majalah Swa yang dilakukan pada bulan Juni-November 2005 terhadap 45 perusahaan tentang pelaksanaan CSR, menemukan fakta-fakta menarik. Dengan memfokuskan pada tiga komponen yang sering dianggap sebagai inti CSR yang dikenal juga sebagai *triple bottom line*, yakni sosial, ekonomi, dan lingkungan, perusahaan-perusahaan tersebut memberi sejumlah jawaban. Untuk program, aspek sosial masih mendominasi aktivitas CSR perusahaan, 49.53% (lihat tabel 1). Dalam aktivitas sosial itu sendiri, kesehatan, pendidikan, dan renovasi sekolah menempati tiga besar (lihat Tabel 2). Sementara itu, pembinaan UKM menempati peringkat pertama aktivitas ekonomi (Tabel 3). Adapun dalam aktivitas lingkungan, pembinaan dan kampanye lingkungan hidup menjadi kegiatan yang paling banyak dilakukan perusahaan (Tabel 4).

Tabel 3.3
Aktivitas Sosial Perusahaan di Indonesia (2005)

1. Program yang dijalankan perusahaan	
Sosial	49.53%
Lingkungan	25.70%
Ekonomi	24.76%
2. Program sosial yang dijalankan perusahaan	
Pelayanan dan kampanye perusahaan	17.92%
Beasiswa Pendidikan	12.26%
Pembangunan dan renovasi sarana fisik sekolah	9.43%
Pembangunan dan renovasi sarana fisik nonsekolah	8.49%
Sumbangan sosial untuk bencana alam	8.49%
Sekolah binaan	4.72%
Pendidikan dan pelatihan IT	3.77%
Lainnya	34.90%
3. Program ekonomi yang dijalankan perusahaan	
Pemberdayaan dan pembinaan UKM dan pengusaha	37.74%
Kemitraan dalam penyediaan kebutuhan dan bahan baku produksi	24.53%

Kredit pembiayaan & bantuan modal untuk pengembangan usaha	13.21%
Pengembangan agrobisnis	7.55%
Pemberdayaan dan pengembangan tenaga kerja lokal	5.66%
Lainnya	11.32%
4. Program lingkungan yang dijalankan perusahaan	
Pembinaan dan kampanye lingkungan hidup	18.18%
Pengelolaan lingkungan fisik agar terlihat lebih asri	16.36%
Pengelolaan limbah	10.91%
Pembangunan sarana air bersih	10.91%
Penanaman pohon/penghijauan	9.09%
Pertanian anorganik	7.27%
Lainnya	27.27%

Sumber: Riset SWA

Menurut Harahap (2002) dalam Irawan (2008), keterlibatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan keadaan di negara Indonesia, yaitu:

1. Lingkungan hidup, antara lain: pengawasan terhadap efek polusi, perbaikan pengrusakan alam, konservasi alam, keindahan lingkungan, pengurangan polusi suara, penggunaan tanah, pengelolaan sampah dan air limbah, riset dan pengembangan lingkungan, kerjasama dengan energi, yaitu antara lain: konservasi dan penghematan energi yang dilakukan oleh perusahaan dalam aktivitasnya.
2. Sumber daya manusia dan pendidikan, antara lain: keamanan dan kesehatan karyawan, pendidikan karyawan, kebutuhan keluarga dan rekreasi karyawan, menambah dan memperluas hak-hak karyawan, usaha untuk mendorong partisipasi, perbaikan pensiun, beasiswa, bantuan pada sekolah, pendirian sekolah, membantu pendidikan tinggi, riset dan pengembangan, pengangkatan pegawai dari kelompok miskin, dan peningkatan karir karyawan.
3. Praktek bisnis yang jujur, antara lain: memperhatikan hak-hak karyawan wanita, jujur dalam iklan, kredit, *service*, produk, jaminan, mengontrol

kualitas produk, pemerintah, universitas, dan pembangunan lokasi rekreasi.

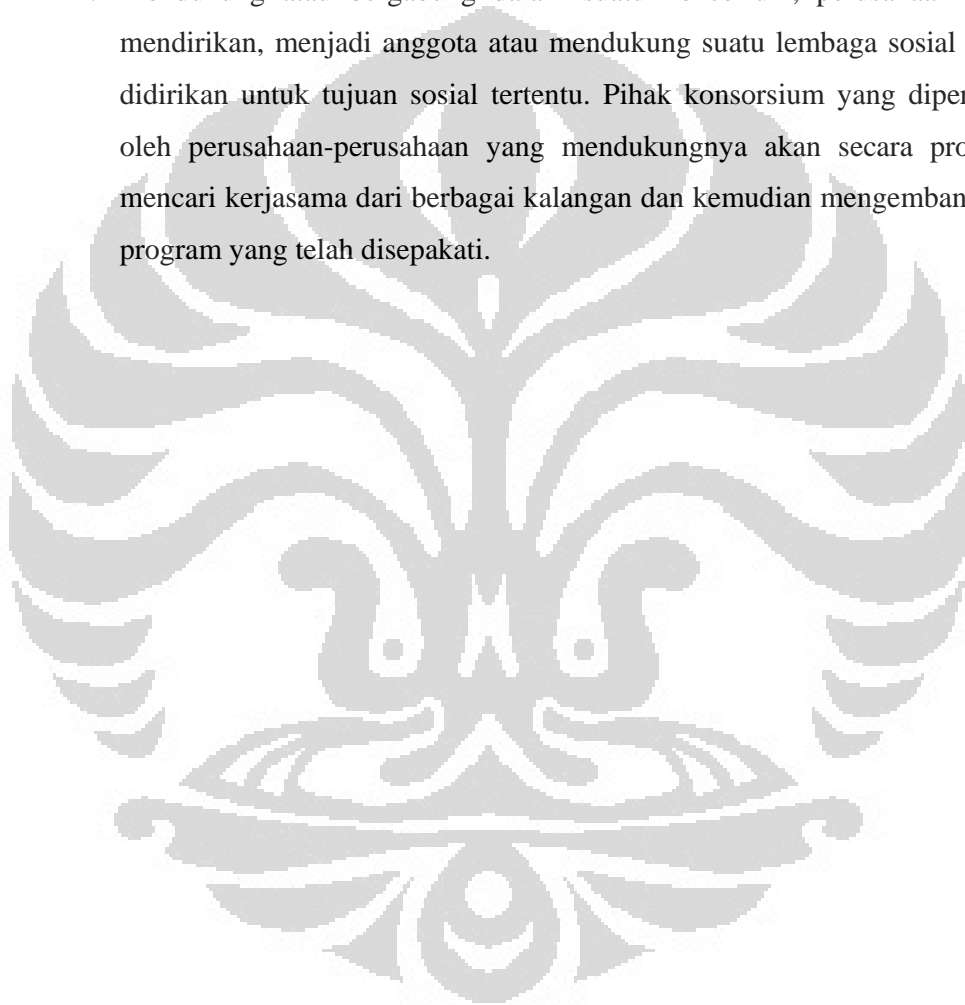
4. Membantu masyarakat lingkungan antara lainnya: memanfaatkan tenaga ahli perusahaan dalam mengatasi masalah sosial di lingkungannya, tidak campur tangan dalam struktur masyarakat, membangun klinik kesehatan, sekolah, rumah ibadah, perbaikan desa atau kota, sumbangan kegiatan sosial masyarakat, perbaikan perumahan desa, bantuan dana, perbaikan sarana pengangkutan pasar.
5. Kegiatan seni dan kebudayaan, antara lain: membantu lembaga seni dan budaya, sponsor kegiatan seni dan budaya, penggunaan seni dan budaya dalam iklan, merekrut tenaga yang berbakat dalam seni dan olah raga.
6. Hubungan dengan pemegang saham, antara lain: sifat keterbukaan direksi pada semua persero, peningkatan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan, pengungkapan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial.
7. Hubungan dengan pemerintah, antara lain: menaati peraturan pemerintah, membatasi kegiatan lobbying, mengontrol kegiatan politik perusahaan, membantu lembaga pemerintah sesuai dengan kemampuan perusahaan, membantu secara umum peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, membantu proyek dan kebijakan pemerintah, meningkatkan produktivitas sektor informal, pengembangan dan inovasi manajemen.

Model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia (Said dan Abidin, 2004) dalam Irawan (2008) sebagai berikut:

1. Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Disini perusahaan

menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.

3. Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang telah disepakati.



BAB 4 PEMBAHASAN

Sejak dikeluarkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 yang menyatakan suatu kewajiban bagi perusahaan di Indonesia untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaannya (*corporate social responsibility/CSR*), banyak pihak yang keberatan atas peraturan pemerintah ini. Banyak yang berargumen bahwa CSR bukanlah sesuatu yang diwajibkan pelaksanaannya melainkan suatu yang bersifat sosial. Namun, sejalan dengan banyaknya perlakuan perusahaan yang hanya mementingkan *profit* semata dan kemudian tidak memperdulikan lingkungan sosialnya bahkan justru cenderung merusak membuat pemerintah merasa perlu meregulasi kegiatan CSR ini.

Akibat dari munculnya UU PT ini banyak perdebatan yang muncul baik dikalangan pengamat, pengusaha maupun akademisi mengenai perlakuan perpajakan atas CSR ini. Banyak orang yang berargumen dan bertanya siapakah yang bertanggung jawab terhadap kegiatan sosial, pemerintah atau pengusaha. Tugas utama pemerintah adalah memberikan pelayanan bagi masyarakat, memberikan tempat yang layak untuk kehidupan tidak hanya untuk manusia namun juga untuk makhluk hidup lainnya. Sementara tugas perusahaan adalah pada hakekatnya menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham, dengan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Milten Friedmen merupakan pemenang Nobel dalam bidang ekonomi mengatakan : “*the business of business is doing business*”, jika kita mempunyai bisnis, tugas bisnis adalah menambah *value*. Satu-satunya tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh perusahaan adalah memuaskan pemiliknya, yaitu pemegang saham. Atas bisnisnya tersebut pebisnis bertujuan untuk memaksimalkan *profit* dimana atas *profit*-nya tersebut akan digunakan untuk membayar pajak yang kemudian digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Dari pajak tersebut akan di bangun *public services*. Dengan kata lain, didalam kehidupan kita ada pembagian yang nyata antara pemerintah dan bisnis. Menurut Milten, menggunakan uang untuk permasalahan sosial berarti mengurangi dana untuk membeli bahan baku yang bermutu atau untuk

mendapatkan pekerja berbakat yang dapat memproduksi barang bernilai dengan harga yang bersaing.

Kemudian Milton Friedman menyatakan bahwa CSR merupakan penghinaan terhadap pemerintah karena ketika bisnis melakukan kegiatan sosial, perusahaan seperti menjelek pemerintah tidak melakukan tugasnya dengan baik. Hal ini bisa menimbulkan *moral hazard*. Untuk itu, jembatan antara pemerintah dan pengusaha adalah dengan adanya pajak. Pajak merupakan salah satu penghasilan bagi pemerintah untuk menjalankan tugasnya mensejahterakan masyarakat. Pemerintah memanfaatkan pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan untuk membangun fasilitas bagi masyarakat. Banyaknya kasus penyelundupan pajak yang terkuak beberapa waktu ini, mengakibatkan banyak pihak yang kemudian segan membayar pajak. Untuk itu ketika perusahaan juga turut campur dalam mensejahterakan masyarakat dan menggunakan uangnya sendiri untuk misalnya dalam pembangunan fasilitas pendidikan atau kesehatan, yang seharusnya menjadi tugas pemerintah, pemerintah justru seharusnya berterimakasih dengan memberikan keringanan pajak (*tax deductible*) bagi pajak tahunan perusahaan melalui fasilitas insentif pajak.

Namun tidaklah hal ini menjadi bumerang bagi pemerintah ketika memberikan insentif pajak atas kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan yang kemudian disalahgunakan oleh perusahaan yang nantinya akan mengakibatkan pajak yang seharusnya dibayar Wajib Pajak (WP) menjadi lebih kecil. Dari sekian banyak kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai kegiatan CSR, perlu diketahui mana yang bisa dikenakan insentif pajak dan mana yang tidak, sehingga dapat dihindari penghindaran pajak (*tax avoidance*) oleh perusahaan melalui kegiatan CSR-nya.

4.1 Aspek Insentif Pajak CSR

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, pemerintah menjanjikan suatu fasilitas bagi penanam modal seperti yang dinyatakan dalam Pasal 18 ayat 5 yaitu “*pembebasan atau pengurangan pajak penghasilan badan dalam jumlah dan waktu tertentu hanya*

dapat diberikan kepada penanaman modal baru yang merupakan industri pionir, yaitu industri yang memiliki keterkaitan yang luas, memberikan nilai tambah dan eksternalitas yang tinggi, memperkenalkan teknologi baru, serta memiliki nilai strategi bagi perekonomian nasional". Untuk itu perlu melihat komponen-komponen apa saja yang diberikan insentif oleh pemerintah. Berikut adalah aspek atau program CSR yang banyak dilakukan di Indonesia serta aspek insentif pajak:

1. Lingkungan Hidup

Tema lingkungan hidup yang dilakukan oleh perusahaan dapat dibagi menjadi dua, pertama perusahaan melakukan tema ini karena efek dari kegiatan usahanya secara langsung, sementara yang kedua adalah perusahaan yang memberikan kontribusinya dalam melestarikan lingkungan diluar atau tidak berhubungan langsung dengan usahanya. Perusahaan tipe pertama yaitu perusahaan yang dalam berproduksi berhubungan langsung dengan alam seperti misalnya perusahaan kertas yang mengambil bahan baku dari kayu di hutan, lalu banyak perusahaan *mining* dimana dalam melaksanakan usahanya memiliki dampak buruk bagi lingkungan sekitar yang dituntut untuk kemudian melakukan peremajaan, pemeliharaan lahan sehingga dapat digunakan kembali dan tidak mengalami kerusakan yang mengakibatkan hilangnya ekosistem hutan dan ekosistem didalamnya. Kemudian perusahaan yang menghasilkan limbah dan polusi perlu untuk mengelola limbah dan polusi tersebut sehingga tidak merusak kualitas lingkungan sekitarnya seperti air, udara, dan tanah. Saat ini banyak perusahaan konstruksi atau desainer yang menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan dalam membangun hunian atau gedung perkantoran.

Aspek insentif pajak perpajakan untuk hal tersebut diatas adalah tertuang dalam UU PPh Pasal 6 ayat 1 huruf (a) berbunyi "*besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap, ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan, termasuk biaya yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan kegiatan usaha, antara lain:*

1. *biaya pembelian bahan;*

2. *biaya berkenaan dengan pekerjaan dan jasa termasuk upah, gaji, honorarium, bonus, gratifikasi, dan tunjangan yang diberikan dalam bentuk uang;*
3. *bunga, sewa, royalti;*
4. *biaya perjalanan;*
5. ***biaya pengolahan limbah;***
6. *premi asuransi;*
7. *biaya promosi dan penjualan yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;*
8. *biaya administrasi*
9. *pajak kecuali Pajak Penghasilan;”*

Hal ini menjelaskan bahwa biaya pengolahan limbah merupakan bagian dari usaha yang dilakukan perusahaan berkaitan untuk mendapatkan suatu penghasilan, maka dapat dijadikan pengurang penghasilan (*tax deductible*).

Sementara tipe kedua adalah bagaimana jika perusahaan tersebut melakukan tema ini diluar dari kegiatan utama perusahaan. Seperti dalam beberapa tahun ini marak dilaksanakan gerakan “GO GREEN” yang dilakukan di seluruh dunia akibat perubahan iklim yang ekstrim yang mengancam kehidupan mahluk hidup di dunia, banyak perusahaan terutama di Indonesia yang dengan sukarela mendukung pemerintah dengan berkontribusi dalam gerakan hijau ini salah satunya adalah dengan menanam tanaman hijau dan menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini merupakan salah satu bentuk apresiasi dari korporasi untuk peduli terhadap lingkungan.

Dalam hal perpajakannya, belum ditemukan perlakuan insentif atas kegiatan CSR ini. Apakah biaya menanam tanaman hijau tersebut dan pemeliharaannya akan menjadi pengurang penghasilan bruto atau tidak, sementara hal ini tidak berkaitan dengan kegiatan mendapatkan penghasilan perusahaan. Misalnya suatu perusahaan membuka lahan hijau di tengah kota yang dijadikan taman yang dapat dipergunakan secara gratis oleh masyarakat dan efek dari adanya taman kota ini polusi udara dapat ditekan. Dalam hal pemberian fasilitas infrastruktur sosial seperti ini, dalam UU PPh Pasal 6 ayat 1 Huruf (k) yang menyatakan bahwa “*biaya pembangunan infrastuktur sosial yang ketentuannya*

diatur dengan Peraturan Pemerintah” dapat menjadi pengurang penghasilan bruto. Namun sampai saat ini Peraturan Pemerintah (PP) tersebut belum diterbitkan, sehingga tidak dapat diketahui secara pasti bentuk infrastruktur sosial seperti apa yang dapat difasilitasi pengurangan pajak ini. Namun setelah di konfirmasi dengan pihak DJP yaitu Bpk. Yunirwansyah hal ini tidak termasuk kedalam kriteria fasilitas umum yang terdapat dalam pasal tersebut.

2. Pendidikan

Banyak perusahaan yang memberikan fasilitas pendidikan diantaranya berupa perbaikan atau pembangunan gedung sekolah, membangun sarana dan prasarana sekolah, pemberian beasiswa bagi anak-anak berprestasi dan kurang mampu, mendirikan taman bacaan di daerah-daerah terpencil, menyediakan perpustakaan keliling dan lain sebagainya.

Untuk kegiatan beasiswa yang disediakan oleh perusahaan, dari sudut perpajakannya biaya tersebut dapat menjadi pengurang penghasilan bruto seperti yang tertuang dalam UU PPh Pasal 6 ayat 1 huruf (g) yang menyatakan bahwa “*biaya beasiswa, magang, dan pelatihan*” dapat menjadi pengurang penghasilan bruto. Pemberian beasiswa, magang, dan pelatihan merupakan suatu kegiatan yang membantu pemerintah dalam mengentaskan kebodohan, dan sangat bermanfaat bagi masyarakat terutama bagi mereka yang tidak mampu untuk membayar sekolahnya sendiri. Beasiswa dapat disalurkan melalui Yayasan Gerakan Orang Tua Asuh (GNOTA) sesuai dengan SE-33/PJ.421/1996 dalam butir ke-3 nya yang menyebutkan bahwa pemberian bantuan berupa biaya mahasiswa yang dikeluarkan Wajib Pajak (WP) dalam rangka GNOTA merupakan biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto WP sebagaimana dimaksud dalam UU PPh yang telah disebutkan sebelumnya.

Sementara untuk pemberian fasilitas seperti membangun infrastruktur sekolah, membangun sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pendidikan seperti membangun taman bacaan atau tempat singgah bagi anak-anak jalanan, dalam UU PPh Pasal 6 ayat 1 huruf (l) yang menyatakan bahwa “*sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah*” dapat mengurangi penghasilan bruto perusahaan. Sebelum diubah terakhir dengan

Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 ini, dalam Undang-Undang No. 17 Tahun 2000 Pasal 9 ayat 1 huruf (g), biaya yang dikeluarkan dalam memberikan fasilitas pendidikan seperti ini tidak dapat dikurangkan pada penghasilan bruto perusahaan (*non deductible expense*). Hal ini menjadi suatu perkembangan yang baik, dimana pemerintah dapat memberikan insentif mengingat banyak perusahaan yang kini berkontribusi dalam pembangunan sarana sekolah bagi masyarakat.

3. Olahraga

Prestasi Indonesia dalam bidang olahraga tidak terlalu cemerlang dalam beberapa tahun ini. Sebut saja bulutangkis, sepakbola, tennis dan lain sebagainya kurang mendapat dukungan dari pemerintah. Banyak anak-anak berbakat yang dimiliki oleh Indonesia yang pada akhirnya harus menjadi atlet negara lain karena kurangnya sponsor dari dalam negeri. Kondisi ini sangat menyedihkan ketika pemerintah tidak bisa mendukung semua kegiatan olahraga, sementara pihak swasta tidak lagi banyak menjadi sponsor karena perusahaan merasa harus mengeluarkan biaya lebih sementara juga harus membayar pajak yang tinggi karena tidak bisa membiayakan hal tersebut.

Dalam UU PPh pasal 6 ayat 1 huruf (m), dimana pemerintah memasukkan unsur pembinaan olahraga sebagai biaya yang dapat dikurangkan, hal ini menjadi pencerahan bagi dunia olahraga di Indonesia. Sebut saja PT Djarum yang selalu setia mendukung bulu tangkis di Indonesia, dan menjadikan hal ini sebagai kegiatan CSR-nya.

4. Kesehatan

Memberikan fasilitas kesehatan bagi masyarakat merupakan hal yang sangat dibutuhkan di Indonesia mengingat rendahnya fasilitas dan perekonomian masyarakat kecil terutama yang tinggal di pedalaman. Hal ini diperlukan peran swasta dalam membantu pemerintah dalam memberikan fasilitas kesehatan yang memadai. Pemberian sarana dan prasarana kesehatan bagi masyarakat tidak hanya ketika bencana alam terjadi atau ketika mewabahnya suatu penyakit tertentu, namun bisa diberikan sarana kesehatan memadai seperti puskesmas gratis di daerah terpencil yang sulit untuk mendapatkan pengobatan serta tenaga medis

yang memadai. Seperti contoh perusahaan-perusahaan pertambangan yang membangun fasilitas kesehatan untuk masyarakat tempat mereka melakukan eksplorasi dan eksploitasi.

Insentif pajak untuk tema kesehatan ini belum secara jelas di sebutkan dalam UU PPh Pasal 6 ayat 1 seperti halnya pendidikan. Namun jika melihat pada ayat 1 huruf (k) yang menyebutkan bahwa “*biaya pembangunan infrastruktur sosial yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah*” dapat menjadi pengurang penghasilan bruto, pemberian fasilitas kesehatan bisa dimasukkan dalam kategori ini karena sifatnya sosial dan dapat dinikmati oleh masyarakat. Namun Peraturan Pemerintah terkait belum keluar sampai saat ini, sehingga menjadikan Undang-Undang ini tidak jelas.

Kontribusi perusahaan dalam tema kesehatan tidak terbatas pada memberikan sarana infrastuktur kesehatan yang dijelaskan sebelumnya namun juga memberikan kontribusi dalam bidang kesehatan berupa berbagai program-program tertentu seperti menyelenggarakan imunisasi, atau cek kesehatan melalui posko kesehatan yang dilakukan hanya dalam waktu tertentu, atau program khitanan masal untuk masyarakat yang tidak mampu, memberikan pendidikan atau penyuluhan menjaga kesehatan dan lain sebagainya. Hal ini belum mendapat perhatian dari pemerintah untuk diberikan insentif pajak, padahal manfaatnya bagi masyarakat akan sangat membantu. Pada kenyataannya banyak yang tidak terjamah oleh pemerintah sehingga banyak masyarakat terutama di daerah terpencil yang kualitas kesehatannya sangat buruk akibat tingkat pengetahuan dan perekonomian yang rendah.

Sementara jika sifatnya sumbangan yang merupakan bukan objek pajak seperti yang dinyatakan dalam UU PPh pasal 4 ayat 3 huruf (a) angka 1, maka sumbangan dalam hal kesehatan tidak dapat menjadi biaya bagi perusahaan.

5. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Jika melihat banyaknya pameran-pameran hasil kerajinan yang diselenggarakan oleh berbagai pihak seperti oleh Kementrian Koperasi dan UKM, Departemen Perdagangan belakangan ini, dapat dilihat banyak perusahaan-perusahaan besar menjadi pembina usaha-usaha kecil dari pelosok negeri ini.

Berbagai budaya yang dimiliki oleh Indonesia menjadikan Indonesia kaya akan hasil kerajinan dan sumber daya alam lainnya yang kemudian dikelola oleh usaha kecil dan menengah. Namun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) ini sulit untuk mendapatkan pasarnya, sehingga banyak perusahaan yang menjadi mitra bagi pengusaha-pengusaha kecil atau UKM tersebut melalui program yang sering disebut sebagai Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Program Kemitraan (PK) adalah kegiatan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil dan koperasi agar menjadi mandiri di wilayah binaan perusahaan. Program Bina Lingkungan (BL) adalah kegiatan pemberdayaan kondisi lingkungan dan sosial masyarakat di wilayah binaan perusahaan. Perusahaan-perusahaan besar seperti Aneka Tambang, Bank Mandiri, Telkom, Astra dan lainnya telah banyak berkontribusi dalam memberikan kredit dan binaan bagi pengusaha kecil tersebut.

Tujuan dari tema ini adalah membantu membangun perekonomian masyarakat kecil. Pemerintah bertugas sebagai pengawas dan menjembatani antara perusahaan besar yang membina dan UKM sebagai mitra binaan sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara keduanya. Perusahaan besar dapat memanfaatkan UKM tersebut untuk memproduksi bahan baku usahanya sehingga kedua belah pihak mendapat manfaat dari kemitraan tersebut. Perusahaan besar juga dapat memberikan kredit bagi UKM yang tidak memproduksi sumber daya yang dibutuhkan perusahaan secara langsung misalnya, PT. Aneka Tambang, Tbk yang bergerak dalam bidang pertambangan bermitra dengan pengusaha batik tulis. Kriteria UKM menambil contoh dari ASDP Indonesia Ferry, penjualan per tahun UKM tersebut adalah berkisar Rp. 0 – Rp. 1 Milyar dan memiliki nilai aset sekitar Rp. 25 juta- Rp. 200 juta,

Dalam Undang-Undang No.36 Tahun 2008 pasal 4 ayat 1 huruf d angka 4 yang menyatakan bahwa *“keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan dan koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang*

bersangkutan” adalah merupakan objek pajak penghasilan. Sementara dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 245/PMK.03/2008 yang menyatakan bahwa *“harta hibah, bantuan, atau sumbangan yang diterima oleh orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan usaha kecil yang memiliki dan menjalankan usaha produktif yang menuhi kriteria sebagai berikut:*

- a. *Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau*
- b. *Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)”,* adalah tidak termasuk sebagai objek pajak penghasilan.

Dalam hal ini, UKM yang dimaksud sebagai tujuan program kemitraan perusahaan seperti kriteria yang disebutkan sebelumnya merupakan UKM kecil milik orang pribadi. Didalam pajak, UKM tersebut tidak termasuk objek pajak sehingga bantuan yang diterima tidak dikenakan pajak penghasilan. Kemudian bagi perusahaan yang memberikan bantuan juga tidak dapat dibiayakan (*non deductible expense*).

6. Kesejahteraan Karyawan

Karyawan merupakan aset perusahaan yang sangat penting dan karyawan merupakan mitra perusahaan dimana tanpa adanya mereka perusahaan tidak dapat melaksanakan kegiatannya. Untuk itu perusahaan perlu melakukan segala upaya untuk memberikan kenyamanan kerja dengan menciptakan lingkungan dan kondisi kerja sebaik mungkin. Selain lingkungan kerja yang memadai, pemberian imbalan yang setimpal serta beberapa tunjangan, program pelatihan, mutasi dan promosi sangat menentukan kualitas dari kinerja karyawan serta pemberian dana pensiun. Akibatnya karyawan menjadi loyal bagi perusahaan dan *turnover* karyawan dapat ditekan yang berpengaruh terhadap biaya rekrutmen karyawan baru.

Pemberian tunjangan tertentu kepada karyawan harus melihat dari bentuknya. Jika tunjangan tersebut menambah gaji bruto karyawan atau diberikan dalam bentuk uang dimana dalam hal ini adalah *deductible expense* dimana mengurangi penghasilan bruto perusahaan. Sementara jika tunjangan yang

diberikan oleh perusahaan tidak menambah gaji bruto karyawan atau dalam bentuk kenikmatan atau natura dimana fasilitas tersebut merupakan non objek PPh pasal 21/26 yang tidak dapat menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan. Hal ini diungkapkan dalam UU PPh pasal 9 ayat 1 huruf (e) yaitu “*penggantian atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diberikan dalam bentuk natura dan kenikmatan, kecuali penyediaan makanan dan minuman bagi seluruh pegawai serta bentuk natura dan kenikmatan di daerah tertentu dan yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan*”.

Penyediaan makanan dan minuman bagi seluruh pegawai sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 83/PMK.03/2009 Pasal 2 huruf (a) dapat dikurangkan dari penghasilan bruto pemberian kerja atau perusahaan dan bukan merupakan penghasilan bagi pegawai. Sementara untuk dana pensiun yang diberikan perusahaan, yang dibayarkan melalui dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan dapat dijadikan biaya sebagai pengurang penghasilan bruto. Hal ini diungkapkan dalam Undang-Undang PPh pasal 6 ayat 1 huruf (c). Untuk meningkatkan kualitas kerja pegawai biasanya perusahaan memberikan fasilitas pelatihan di luar perusahaan seperti pelatihan pajak, komputer, bahasa inggris dan lain sebagainya. Perlakuan perpajakan atas biaya pelatihan ini dapat di biayakan dan sebagai pengurang penghasilan bruto perusahaan seperti yang tertulis dalam Undang-Undang PPh pasal 6 ayat 1 huruf (g) yaitu “*biaya beasiswa, magang, dan pelatihan*” dapat menjadi pengurang penghasilan perusahaan.

7. Bantuan Bencana Alam

Ketika terjadi bencana alam, semua pihak baik perusahaan maupun individu turut serta membantu dalam bentuk sumbangan kemanusiaan untuk para korban. Untuk sumbangan dalam rangka membantu korban bencana, pemerintah telah memberikan insentif dengan menjadikan sumbangan ini biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Seperti yang diatur dalam UU PPh pasal 6 ayat 1 huruf (i) yang menyatakan bahwa “*sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang ketentuannya diatur dengan Peraturan*

Pemerintah” dapat menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan. Bencana yang telah ditetapkan sebagai bencana nasional saat ini adalah gempa dan tsunami di Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) dan Sumatera Utara serta gempa bumi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Provinsi Jawa Tengah.

4.2 Peraturan Perpajakan dalam Mencegah *Tax Avoidance* atas CSR

Pemerintah saat ini mulai memberikan banyak insentif pajak atas kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui menjadikan biaya-biaya tersebut dapat menjadi pengurang penghasilan bruto. Namun, dengan mulai banyaknya insentif pajak yang diberikan pemerintah jangan sampai nantinya membuat perusahaan mencari cara untuk dapat memperkecil jumlah pajak yang dibayar melalui kegiatan CSR ini. Pemerintah harus punya aturan yang jelas dalam menuntukan batasan-batasan dalam memberikan insentif ini sehingga meminimalisasi perusahaan yang nakal.

1. Lingkungan Hidup

Sifat kontribusi perusahaan dalam halnya tema lingkungan hidup seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya ada dua, yaitu pertama kontribusi perusahaan dalam menjaga lingkungan karena dalam melaksanakan kegiatan usaha yang dilakukan berhubungan langsung dengan alam menuntut perusahaan untuk menjaga lingkungannya pasca produksi dan yang kedua adalah perusahaan berkontribusi dalam memberikan sumbangan untuk membantu memperbaiki kualitas lingkungan tanpa berhubungan langsung dengan kegiatan usahanya.

Perlakuan perpajakan atas model pertama adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan seperti peremajaan lahan, menanam kembali lahan yang sudah digunakan (reboisasi), pengolahan limbah, penanganan atas polusi udara akibat industri dan lain sebagainya merupakan bagian dari biaya keseleruhan proses produksi. Dengan kata lain bahwa kegiatan tersebut merupakan suatu biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu penghasilan. Walaupun pemerintah memperlakukan hal ini sebagai biaya yang dapat mengurangi penghasilan, terbukti masih banyak perusahaan yang tidak melakukan hal ini. Semakin banyak hutan gundul dan rusak akibat sisa produksi yang ditinggalkan perusahaan tanpa

pembenahan kembali, polusi udara dan limbah akibat industri juga masih terus ada, hal ini dikarenakan biaya untuk *recovery* sangat mahal dan perlu dilakukan secara terus-menerus.

Untuk sumbangan dalam hal memelihara lingkungan hidup yang diberikan dalam bentuk fasilitas penghijauan dimana dalam pajak tidak dapat dibiayakan Namun PP mengenai UU PPh Pasal 6 ayat 1 huruf (l) yang menyatakan bahwa “*sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah*” belum dikeluarkan peraturan pelaksanaannya. Jenis fasilitas apa saja yang dikategorikan dalam UU PPh ini belum dapat diketahui. Maka hal ini bisa dimanfaatkan untuk melakukan *tax avoidance* dimana biaya-biaya dalam membangun fasilitas penghijauan untuk digunakan oleh masyarakat dapat dibiayakan.

2. Pendidikan

Insentif pajak atas dasar membantu dalam bidang pendidikan kini semakin banyak. Tidak hanya pemberian beasiswa, magang, dan pelatihan saja yang diberikan insentif namun juga sumbangan fasilitas sekolah juga sudah bebas pajak. Peraturan pemerintah yang mengatur atas sumbangan fasilitas pendidikan yang disebutkan dalam UU PPh yang disebutkan sebelumnya belum ada sampai saat ini namun menurut Bapak Yunirwasyah dari Dirjen Pajak, PP ini akan dikeluarkan pada akhir tahun ini. Hal ini rentan adanya penghindaran pajak oleh Wajib Pajak. Perlu ada ketentuan untuk mengatur hal ini seperti kepada siapa sajakah bantuan pendidikan tersebut diberikan yang dapat di fasilitasi insentif pajak.

Banyak perusahaan-perusahaan besar saat ini mendirikan sekolah atau universitas dibawah manajemennya sendiri atau ada hubungan istimewa. Sekolah atau universitas tersebut didirikan sebagai sumber penghasilan sendiri bukan sebagai perusahaan nirlaba. Jika perusahaan tersebut kemudian memberikan beasiswa atau sarana pendidikan lain kepada sekolahnya sendiri dengan memasukkan biaya tersebut dalam kategori yang dapat dibiayakan maka negara akan dirugikan. Dalam hal tersebut, pada perusahaan induk yang kegiatan utamanya tidak bergerak di bidang pendidikan membiayakan sumbangan

pendidikan dan kemudian mengurangi jumlah pajak terutanganya, sementara di sekolah atau universitas tersebut diperlakukan sebagai sumbangan dimana bantuan atau sumbangan dikecualikan dari objek pajak penghasilan. Tujuan perusahaan tersebut tidak lagi untuk mengentaskan kobodohan atau memberikan manfaat untuk masyarakat tetapi melainkan untuk kepentingannya sendiri agar pajak terutanganya menjadi lebih kecil dari seharusnya.

3. Olah Raga

Dalam bidang olah raga, perusahaan yang membina atlet-atlet dapat menjadikan kegiatan ini sebagai sumber penerimaan baru diluar penghasilan dari kegiatan utamanya. Peraturan pemerintah yang mengatur mengenai pelaksanaan kegiatan ini sama dengan sumbangan dalam bidang lainnya yaitu belum tersedia.

4. Kesejahteraan Karyawan

Peraturan perpajakan yang mengatur mengenai pemberian kenikmatan kepada karyawan dalam bentuk pemberian makanan dan minuman ditempat kerja, kenikmatan yang diberikan di daerah tertentu, dan pemberian seragam untuk tujuan keselamatan sudah diatur dalam PMK No 83/PMK.03/2009. Peraturan ini dapat digunakan sebagai filter untuk mencegah tax avoidance yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

5. Bantuan Bencana Alam

Insentif pajak yang diberikan perusahaan dalam membantu penanggulangan bencana alam adalah dengan menentukan bencana sosial mana saja yang diperbolehkan sebagai pengurang penghasilan bruto. Bencana nasional tersebut seperti gempa dan tsunami di Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) dan Sumatera Utara yang terjadi pada akhir tahun 2004 di atur dalam PMK terkait yaitu 609/PMK.03/2004 Pasal 1 yang menyatakan bahwa “*sumbangan yang diberikan oleh Wajib Pajak dalam rangka bantuan kemanusiaan bencana alam di Nanggroe Aceh Darussalam dan Sumatera Utara yang terjadi pada bulan Desember 2004 dapat dibiayakan*” dan peraturan pelaksanaannya adalah 14/PMK.03/2005.

Bencana nasional lain yang boleh dibiayakan adalah gempa bumi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Provinsi Jawa Tengah pada tanggal 27 Mei 2006 serta gempa bumi dan tsunami di pesisir pantai selatan pulau Jawa pada tanggal 17 Juli 2006 yang diatur dalam PMK yaitu 93/PMK.03/2006 ayat 1 yang berbunyi “*Sumbangan yang diberikan oleh Wajib Pajak dalam rangka bantuan kemanusiaan bencana alam gempa bumi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Provinsi Jawa Tengah yang terjadi pada tanggal 27 Mei 2006 serta gempa bumi dan tsunami di pesisir pantai selatan pulau Jawa pada tanggal 17 Juli 2006 dapat dibiayakan*”. Sementara untuk ketentuan pelaksanaannya diatur dalam 94/PMK.03/2006.

Hal ini merupakan filter yang baik dari pemerintah dan juga baik untuk perusahaan. Pada dasarnya jika perusahaan ingin menyumbang dengan dasar kemanusiaan seharusnya dilakukan dengan ikhlas tanpa mengharap pamrih dari siapapun, termasuk mengharap insentif dari pemerintah dengan tujuan memperkecil jumlah pajak terutanganya apalagi mengharap meningkatkan nama baik dan citra bagi perusahaan sebagai salah satu cara promosi diri.

5.3 Pembahasan

Jika kita melihat dari perubahan Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) sejak diberlakukannya Undang-Undang No.36 Tahun 2008, semakin banyak insentif pajak yang diberikan pemerintah terhadap kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan. Pada Undang-Undang No.17 Tahun 2000, perlakuan sumbangan sosial yang diberikan perusahaan untuk kepentingan masyarakat adalah sebagai yang dikecualikan dari objek pajak, dengan kata lain perusahaan tidak dapat membiayakan kegiatan sosialnya tersebut sebagai pengurang pajak penghasilannya. Sumbangan sosial yang perusahaan lakukan murni dari penghasilan setelah kena pajak yang disisihkan untuk membantu lingkungan sekitar perusahaan.

Namun sejalan dengan perkembangan CSR di Indonesia, peran pemerintah dalam mendukung kegiatan CSR bagi perusahaan di Indonesia melalui pajak pun berkembang. Saat ini dalam Undang-Undang No.36 Tahun 2008, pemerintah menambahkan 5 (lima) *point* sumbangan yang dapat dijadikan biaya atau dapat

menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan. Sumbangan yang dapat dijadikan biaya tertulis dalam Pasal 6 ayat 1 huruf (i) sampai dengan (m) yaitu sumbangan atas penanggulangan bencana nasional, penelitian dan pengembangan, biaya pembangunan infrastruktur sosial, fasilitas pendidikan, dan pembinaan olahraga.

Hal ini merupakan kabar baik bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan sosial diluar kegiatan utama mereka. Semenjak disahkannya Undang-Undang PT No.40 Tahun 2007 yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, ketika itu dampak dari UU PT tersebut adalah banyak perusahaan yang kemudian menjadi tidak ikhlas dalam melakukan kegiatan sosial yaitu mereka meminta adanya insentif pajak atas kegiatan CSR mereka. Kegiatan sosial yang seharusnya di lakukan dengan ikhlas justru diregulasi dan kemudian perusahaan menjadi tidak ikhlas dengan meminta imbalan pajak. Ini merupakan hubungan sebab akibat ketika suatu Undang-Undang diberikan tanpa pemikiran panjang dan pemahaman yang kuat.

Menurut Kasubdit Peraturan PPh Badan, Bpk. Yunirwansyah, dasar adanya sumbangan-sumbangan yang dapat dijadikan biaya oleh perusahaan tersebut adalah untuk meningkatkan peran swasta dan masyarakat untuk membangun bangsa dan negara Indonesia. Jika semua perusahaan baik kecil maupun besar berkontribusi dalam membantu mensejahterakan kehidupan lingkungan sekitarnya, maka tidaklah sulit bagi negara ini untuk maju. Isu yang penting bagi Indonesia adalah kemiskinan, dari kemiskinan banyak yang tidak dapat dicapai seperti mendapat pendidikan yang layak dan kualitas kesehatan masyarakat yang baik. Untuk dapat memberikan fasilitas yang baik dan memadai bagi masyarakat tidak dapat dipikul sendiri oleh pemerintah, saat ini peran swasta sangat dibutuhkan, karena yang paling mengerti apa yang dibutuhkan oleh lingkungan sekitar perusahaan adalah perusahaan itu sendiri. Untuk itu pemerintah merasa perlu memberikan insentif bagi perusahaan yang membantu pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat.

Pemberian insentif pajak atas sumbangan-sumbangan sosial yang diberikan kepada perusahaan bukan tanpa perhitungan yang matang. Dengan memberikan insentif tersebut sudah dapat dipastikan bahwa pendapatan negara

melalui pajak sudah pasti akan lebih kecil dari yang seharusnya diterima dibanding jika sumbangan-sumbangan ini tidak dapat dibiayakan. Namun, hal ini dilakukan bukan tanpa dasar dimana menurut Ibu Pudi Riana (Kepala Seksi Peraturan PPh Badan), negara yang baik adalah ketika pungutan-pungutan semakin kecil jumlahnya. Dengan adanya kebijakan ini, pemerintah tidak merasa dirugikan melainkan masyarakat akan mendapatkan manfaat dari kebijakan ini secara langsung.

Penerimaan negara melalui pajak akan didistribusikan ke berbagai kebutuhan negara termasuk didalamnya adalah pembayaran hutang negara yang menghabiskan hampir tiga per empat penghasilan melalui pajak dan sisanya didistribusikan untuk membangun sarana dan prasara bagi masyarakat melalui APBN/APBD. Bandingkan jika untuk mendapatkan sarana dan prasara umum melalui pembayaran pajak dimana tidak dapat dirasakan secara langsung sementara jika perusahaan yang melakukannya untuk masyarakat, manfaat yang dirasakan masyarakat akan lebih cepat dan nyata. Hal ini sejalan dengan pengertian pajak menurut Prof. Dr. P.J.A. Adriani yang menyatakan bahwa pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Dan juga sejalan dengan pengertian CSR oleh *World Bank* yang menyatakan bahwa CSR adalah komitmen pebisnis untuk pembangunan ekonomi, hal ini selaras dengan tujuan adanya pajak sehingga pemberian insentif tidak akan merugikan negara.

Pemahaman CSR di Indonesia sampai saat ini tidak mempunyai konsep yang baku. Banyaknya cakupan komponen yang bisa di klaim sebagai kegiatan CSR oleh berbagai pihak. Pemerintah harus memilah komponen yang sangat penting bagi kesejahteraan bangsa dan negara, tidak semua kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat di berikan kebebasan pajak. Hal ini dikarenakan bahwa pada dasarnya, CSR merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sukarela, yang berangkat dari kesadaran masing-masing pihak. Untuk itu, dalam

menentukan komponen tersebut Direktorat Dirjen Pajak banyak menerima input dari berbagai pihak terutama dari berbagai Kementrian/Departemen terkait.

Saat ini pajak telah memberikan kontribusinya, memberikan fasilitas bagi perusahaan yang ingin berderma. Pajak memberikan fasilitas menjadikan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat dibiayakan, berikut penjelasan pihak dirjen pajak terhadap komponen sumbangan tersebut:

1. Penelitian dan Pengembangan, hal ini dimaksud ketika perusahaan bermaksud untuk menyumbang dalam hal penelitian dan pengembangan yang dilakukan untuk kepentingan negara. Seperti penelitian dalam hal seni dan budaya Indonesia.
2. Pendidikan, bagi perusahaan yang memberikan sumbangannya dalam bentuk pendidikan baik berupa uang maupun barang. Pendidikan tidak hanya bersifat formal, informal seperti ekstrakurikuler pramuka juga bisa dikategorikan sebagai sumbangan untuk pendidikan.
3. Fasilitas sosial, fasilitas sosial berupa sarana dan prasarana yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat umum dan didirikan bukan untuk mencari laba. Bentuknya dapat berupa sarana pendidikan, kesehatan, tempat ibadah dan lainnya yang dapat digunakan oleh masyarakat umum. Fasilitas sosial ini tidak termasuk memberikan sarana hijau atau partisipasi perusahaan dalam menciptakan lingkungan hijau yang dapat dipergunakan untuk kepentingan umum.
4. Pembinaan Olahraga, membina olahraga tidak sama dengan memberikan sponsor dalam suatu *event* olahraga tertentu.

Sumbangan atas penelitian dan pengembangan, pendidikan, fasilitas sosial, dan pembinaan olahraga, disebutkan bahwa akan ada aturan sendiri yang berisi ketentuan pelaksanaannya. Namun sejak dikeluarkannya UU PPh tersebut sampai saat ini peraturan pemerintah terkait masih dalam tahap pembuatan. Peraturan pemerintah ini bertugas sebagai filter atau batasan-batasan dan ketentuan pelaksanaan bagi UU tersebut. Seperti dengan adanya Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai pemberian sumbangan terkait dengan bencana nasional, PP ini membatasi sumbangan yang dapat menjadi pengurang penghasilan bruto, karena pada dasarnya bencana nasional sangat membutuhkan biaya besar dan

pemerintah dengan bantuan swasta akan lebih dimudahkan dalam penanggulangan bencana ini. Peraturan Pemerintah ini pula bisa digunakan sebagai upaya untuk membatasi perusahaan yang akan memanfaatkan fasilitas insentif pajak ini untuk melakukan *tax avoidance*.

Menurut Pak Yunirwansyah, tidak ada peraturan khusus untuk mencegah usaha perusahaan menggunakan CSR sebagai kedok untuk mendapatkan fasilitas perpajakan ini yang mengakibatkan penerimaan pajak menjadi lebih kecil. Pemerintah dalam membuat peraturan didasarkan pada niat baik (*good faith*), bahwa peraturan dibuat untuk orang-orang yang baik. Untuk itu peraturan pemerintah ini yang menjadi alat untuk membatasi dan mengatur pelaksanaan pemberian insentif pajak atas sumbangan-sumbangan tersebut. Pak Yunirwansyah menjanjikan PP ini akan dikeluarkan paling lambat pada akhir tahun 2010. Pembuatan PP ini melibatkan banyak pihak seperti departemen sekretaris negara, departemen sosial, departemen hukum dan HAM, kementerian pemuda dan olahraga, departemen pendidikan, departemen kesehatan dan lain sebagainya. Dalam prosesnya pembuatan PP ini mengalami banyak perdebatan dan proses birokrasi yang panjang, namun saat ini PP tersebut sudah dilakukan pembahasan final. Peraturan pemerintah ini nantinya mengatur ketentuan-ketentuan jenis sumbangan apa saja yang dapat dijadikan biaya bagi perusahaan.

Dari sisi perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR, mengaku pajak bukanlah alasan mereka untuk melakukan kegiatan sosial. Mengambil contoh dari kegiatan sosial yang telah diimplementasikan oleh CIMB Niaga Syariah, kegiatan CSR CIMB Niaga Syariah dilakukan dalam bentuk kegiatan yang bersifat *incidental* seperti kegiatan bakti sosial atau pemberian sumbangan cuma-cuma baik dalam bentuk uang maupun barang untuk publik dan kegiatan yang bersifat jangka panjang adalah dengan membuat program kerja sama dengan lembaga amil zakat maupun lembaga sosial kemanusiaan untuk membuat sebuah program pendidikan atau kemanusiaan. Tujuan dilakukannya kegiatan sosial di perusahaan tersebut adalah untuk menjalankan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dan perusahaan juga mengharapkan adanya nilai publisitas melalui kegiatan CSR ini sebagai usaha untuk meningkatkan *good corporate image* dan *brand awareness*. Dana yang digunakan untuk melakukan kegiatan

CSR ini berasal dari dana Dana Qardhul Hasan yang dikelola oleh *Promotion & Product Engineering Division*. Pada bank syariah terdapat jenis pembiayaan yang dinamakan qardhul hasan (*benevolent loan*/pinjaman kebajikan), yaitu pembiayaan yang disalurkan tanpa imbalan apapun. Dana qardhul hasan bersumber dari pendapatan non halal (seperti bunga), denda, zakat, infaq dan shadaqah.

Perusahaan kini melihat kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan adalah sudah menjadi trend. Hasilnya banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menciptakan *brand image* melalui kegiatan sosial. Persaingan pun semakin ketat dalam berlomba-lomba untuk menjadi perusahaan yang mempunyai kualitas kegiatan CSR yang baik. Perusahaan tetap akan melakukan kegiatan CSR tanpa adanya insentif pajak dari pemerintah. Perusahaan merasa lebih bisa mendapatkan banyak keuntungan dari *image* produk yang baik daripada harus mencari-cari cara untuk mendapatkan keuntungan melalui pengurangan pajak.

Mengambil contoh lain dari PT. KTC yang bergerak dalam bidang jasa *Event Organizer* (EO) yang menyatakan bahwa dana kegiatan CSR yang mereka lakukan adalah berasal dari keuntungan yang mereka sisihkan. Sementara tujuan mereka untuk melakukan kegiatan ini tidak didasarkan pada pencitraan yang baik apalagi untuk mengharapkan suatu insentif pajak. Hal ini serupa dengan perusahaan PT. CW yang bergerak dalam bidang jasa *property consulting* yang menyatakan bahwa pajak bukanlah menjadi pertimbangan dalam melakukan kegiatan CSR.

Yang menjadi perhatian disini adalah, ketika perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dimana biaya yang mereka sumbangkan adalah hasil dari *tax avoidance* dari kegiatan CSR atau malah dari hasil *tax evasion*. Jadi perusahaan menjadikan pajak sebagai alat untuk melaksanakan kegiatan CSR sehingga perusahaan mendapat *brand image* yang baik di masyarakat, sementara pembayaran pajaknya menjadi lebih kecil. Dapat kita lihat dari berbagai kasus yang terkait dengan kasus perpajakan oleh perusahaan Grup Bakrie. Dalam Tempo Interaktif (10 Januari 2008) dikatakan bahwa perusahaan Grup Bakrie telah menyediakan dana sebesar Rp 125 miliar untuk program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dana tersebut merupakan penyisihan laba selama tahun

2007. Namun dalam Tempo Interaktif (22 Maret 2010) dikatakan bahwa Direktorat Jenderal Pajak sejak Maret tahun lalu memeriksa kasus pajak tiga perusahaan Grup Bakrie. Ketiga perusahaan tersebut diketahui menunggak pembayaran pajak sebesar Rp 2,1 triliun untuk tahun buku 2007. Sementara Grup Bakrie tersebut dalam Kompas (9 Maret 2010) memberikan bantuan beasiswa kepada dua anak warga korban lumpur melalui Yayasan Peduli Lumpur Sidoarjo (Yaplus) dimana anak-anak warga terdampak lumpur itu akan dibiayai pendidikannya di Universitas Bakrie Jakarta. Kemudian dalam Kompas (30 November 2010) mengatakan bahwa lima perusahaan grup Bakrie memberikan beasiswa kepada 26 mahasiswa tahun ajaran 2007 dan 2008 Universitas Bakrie. Beasiswa tersebut dinyatakan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*).

Grup Bakrie tidak hanya terkait dengan kasus pengemplangan pajak. Dalam memberikan bantuan, beberapa grup Bakrie memberikan bantuan untuk mahasiswa di Universitas Bakrie. Universitas Bakrie didirikan oleh Yayasan Pendidikan Bakrie dimana bukan yayasan nirlaba. Kemudian bantuan tersebut di klaim sebagai kegiatan CSR. Didalam pajak, pemberian bantuan dalam bidang pendidikan dapat dijadikan pengurang pajak. Hal ini tidak seharusnya dilakukan, karena sumbangan yang diberikan untuk yayasan nirlaba sementara atas kegiatan CSR tersebut dapat mengurangi pajak penghasilan perusahaan tersebut.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis dan pembahasan penelitian serta menyajikan data-data dari hasil penelitian, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menganalisis undang-undang dan peraturan-peraturan perpajakan yang terkait dengan pemberian insentif pajak dan pencegahan *tax avoidance* atas kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Insentif yang diberikan pemerintah dalam bentuk menjadikan item-item biaya CSR tersebut menjadi biaya yang dapat menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan (*deductible expense*). Penelitian ini menghasilkan kesimpulan item-item tanggung jawab sosial yang banyak dilakukan perusahaan dan menganalisis undang-undang serta peraturan mengenai insentif pajak dan pencegahan *tax avoidance* sebagai berikut:

1. Lingkungan Hidup

Dalam hal sumbangan yang diberikan perusahaan dalam bidang lingkungan hidup dimana bukan bagian dari kegiatan produksi utamanya, fasilitas insentif pajak tidak diberikan pemerintah. Sementara untuk pengolahan limbah atau proses *recovery* pasca produksi dapat dijadikan biaya yang mengurangi penghasilan bruto namun tidak ada peraturan yang mengatur pelaksanaan hal ini di pajak sehingga berpotensi untuk melakukan *tax avoidance* oleh perusahaan.

2. Pendidikan

Sumbangan dalam bentuk pendidikan baik dalam bentuk pemberian beasiswa maupun dengan memberikan fasilitas pendidikan telah diberikan fasilitas insentif pajak yang memadai oleh undang-undang perpajakan di Indonesia. Namun untuk peraturan pemerintah yang mengatur mengenai hal tersebut belum tersedia namun akan ada dalam waktu dekat ini. Sehingga kemungkinan untuk melakukan *tax avoidance* dalam item ini masih besar kemungkinan digunakan perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya.

3. Olahraga

Semenjak tahun 2008, pemerintah telah menjadikan beban sumbangan dalam bidang olahraga ini dapat dikurangkan dari penghasilan bruto perusahaan dengan kata lain insentif pajak telah diberikan. Namun sama halnya dengan item pendidikan, peraturan pemerintah yang mengatur sampai saat ini belum memadai.

4. Kesehatan

Dalam item kesehatan, tidak ada undang-undang yang memastikan bahwa sumbangan dalam bidang kesehatan dapat menjadi pengurang penghasilan bruto. Namun menurut hasil wawancara dengan pihak Dirjen Pajak, item kesehatan ini dapat dimasukkan kedalam kategori sumbangan fasilitas umum selama bentuk sumbangannya adalah dalam bentuk fisik atau sarana dan prasarana. Karena belum jelasnya mengenai insentif pajak dalam item kesehatan, maka untuk saat ini belum adanya insentif pajak yang dapat diberikan.

5. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam bentuk bantuan untuk Usaha Kecil Menengah tidak mendapat insentif pajak dari pemerintah.

6. Kesejahteraan Karyawan

Bentuk fasilitas dalam memberikan fasilitas untuk karyawan yang diberikan perusahaan juga diberikan insentif pajak oleh pemerintah dan peraturan pelaksanaannya pun sudah jelas sehingga *tax avoidance* dapat di minimalisir namun perlu keahlian dalam pemeriksaan pajak.

7. Bantuan Bencana Alam

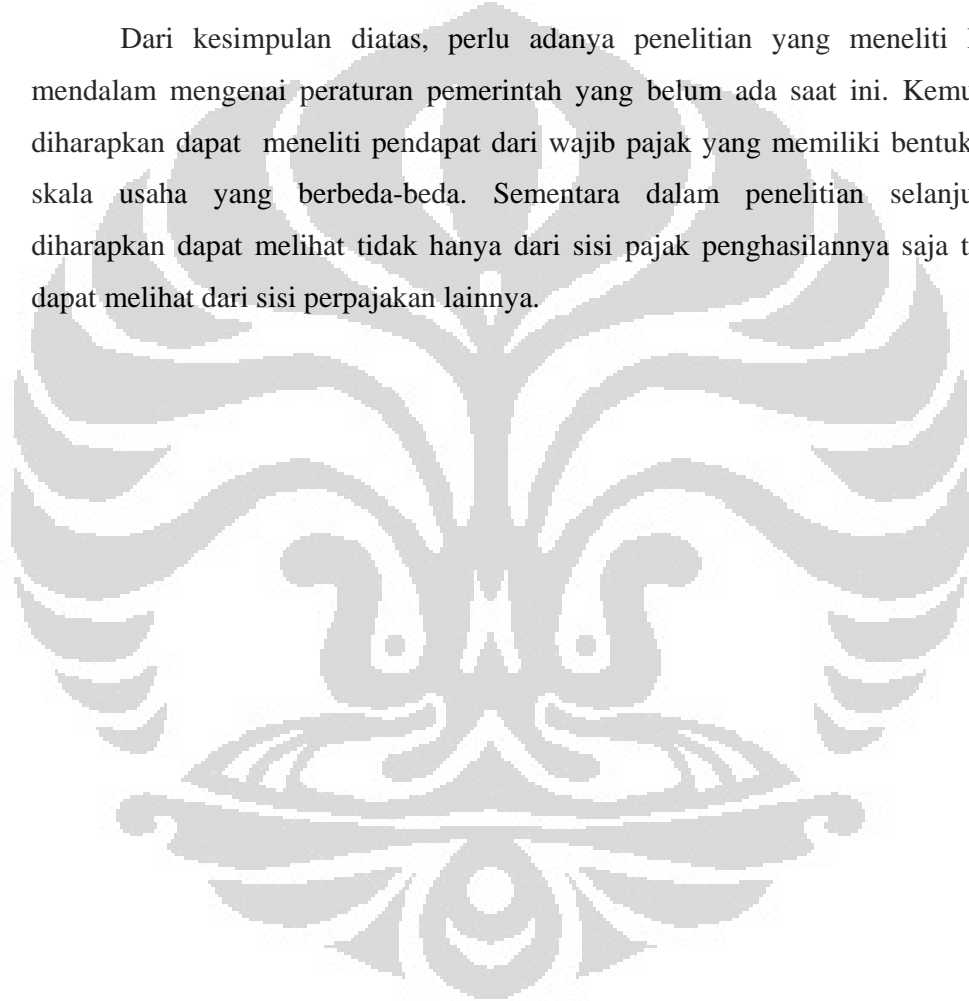
Bantuan bencana alam yang diberikan perusahaan sudah mendapat insentif pajak dari pemerintah dan peraturan pelaksanaannya juga sudah jelas sehingga *tax avoidance* dapat diminimalkan oleh peraturan pemerintah ini.

Dapat disimpulkan bahwa bentuk apresiasi yang diberikan pemerintah dalam mendorong peran perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial sangat besar. Dengan adanya UU PPh yang baru menjelaskan bahwa ada beberapa sumbangan yang dikeluarkan perusahaan untuk sosial mendapat insentif pajak dimana sumbang-sumbangan ini mencakup banyak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Sementara bagi Wajib Pajak, pajak bukan tujuan untuk melakukan

kegiatan sosialnya dimana tanpa adanya insentif pajak, perusahaan tetap melakukan kegiatan sosial. Hal ini menyimpulkan bahwa insentif pajak dari pemerintah memadai bagi perusahaan. Namun, undang-undang ini belum didukung oleh peraturan pemerintah yang memadai untuk mencegah usaha perusahaan untuk melakukan *tax avoidance*.

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, perlu adanya penelitian yang meneliti lebih mendalam mengenai peraturan pemerintah yang belum ada saat ini. Kemudian diharapkan dapat meneliti pendapat dari wajib pajak yang memiliki bentuk dan skala usaha yang berbeda-beda. Sementara dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat tidak hanya dari sisi pajak penghasilannya saja tetapi dapat melihat dari sisi perpajakan lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Avi-Yonah, Reuven S. (2006). *Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behavior*. University of Michigan Law and Economic Working Paper.
- Branco, Manuel Castelo., & Lusía Lima Rodrigues. (2007). *Issues in Corporate Social and Environmental Reporting Research: An Overview*. Journal of Issues in Social and Environmental Accounting, Vol 1, 72-90
- Baron, D.P. (2003). *Business and Its Environment, 4th Ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Chua, Dale. (1995). *Tax Policy Handbook*. Washington, DC: IMF
- Darwin, Ali. (2006). *Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan, dan Pengungkapan CSR Bagi Perusahaan di Indonesia*. Journal of Ebar, Edisi II September-Desember 2006.
- Easson, Alex. (2004). *Tax Incentives for Foreign Direct Investment*. Netherlands: Kluwer Law International.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2007). *Teori Akuntansi: Akuntansi Sosial Ekonomi (edisi revisi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- http://findarticles.com/p/articles/mi_qn6207/is_20091216/ai_n45547081/. Yeoh, Simon. (2010). *CSR: A Real tax on the bottom line?*. September 20, 2010.
- <http://indotaxsolution.blogspot.com/2008/05/implikasi-perpajakan-atas-biaya.html>. Ompusunggu, Arles. (2008, May 30). *Implikasi perpajakan atas biaya tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. February 15, 2010.

http://www.budidarmodjo.com/web/BD/detail_berita.php?company=BD&berita_id=0146. Koran Tempo. (2007, July 24). *Permintaan Insentif Pajak CSR Tidak Beralasan*. January 19, 2010.

<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol17165/pengusaha-tolak-klausul-csr>. ----- (2007, July 27). *Pengusaha Tolak Klausul CSR*. January 19, 2010.

http://www.indonesiapower.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=174:pajak-penghasilan-csr-olahraga-dan-pendidikan-kurangi-pkp&catid=1:beritaterkini&Itemid=18. Seputar Indonesia. (2008, June 17). *Pajak Penghasilan CSR Olahraga dan Pendidikan Kurangi PKP*. January 19, 2010.

http://www.inilah.com/berita_print.php?id=6200. Nanang, M. Husni. (2008, January 2). *Berharap Insentif Pajak CSR*. February 15, 2010.

<http://edukasi.kompas.com/read/2010/03/09/19434829/Beasiswa.Yayasan.Pendidikan.Bakrie.Cuma.Bantu.2.Anak>. 2010, Maret 9. *Beasiswa Yayasan Pendidikan Bakrie Cuma Bantu 2 Anak*. Desember 18, 2010.

<http://edukasi.kompas.com/read/2009/11/30/21325626/Bakrie.Group.Beri.Beasiswa.26.Mahasiswa>. 2009, November 30. *Bakrie Group Beri Beasiswa 26 Mahasiswa*. Desember 18, 2010.

<http://www.pajakonline.com/engine/artikel/art.php?artid=677>. Gunadi. (2007, September 3). *Bagaimana Perlakuan Pajak atas CSR*. January 19, 2010.

http://www.people.hbs.edu/mdesai/D+D_BSR.pdf. Desai, Mihir A and Dhammika Dharmapala. *CSR and Taxation: The Missing Link*. September 20, 2010.

<http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=46&q=&hlm=812>.

Kompas. (2007, July 27). Pemerintah Diharapkan Lebih Bijak Atur CSR. February 15, 2010.

[http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2008/01/10/brk,20080110-](http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2008/01/10/brk,20080110-115200,id.html)

[115200,id.html](http://www.tempointeraktif.com/hg/ekbis/2008/01/10/brk,20080110-115200,id.html). Tempo. (2008, Januari 10). Grup Bakrie Sisihkan Rp 125 Miliar untuk CSR. Desember 18, 2010.

[http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2010/03/22/brk,20100322-](http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2010/03/22/brk,20100322-234327,id.html)

[234327,id.html](http://www.tempointeraktif.com/hg/bisnis/2010/03/22/brk,20100322-234327,id.html). Tempo (2010, Maret 2010). Lagi, Petinggi Grup Bakrie Jadi Tersangka Kasus Pajak. Desember 18, 2010.

[http://www.taxjustice.net/cms/upload/pdf/Development_Journal -](http://www.taxjustice.net/cms/upload/pdf/Development_Journal_-_CSR_to_the_Bottom_Line_-_SEP-04.pdf)

[CSR to the Bottom Line - SEP-04.pdf](http://www.taxjustice.net/cms/upload/pdf/Development_Journal_-_CSR_to_the_Bottom_Line_-_SEP-04.pdf). Christensen, John and Richard Murphy. *The Social Responsibility of Corporate Tax Avoidance: Taking CSR to the bottom line*. September 20, 2010.

Hutagaol, John; Darussalam; Danny Septriadi. (2008). *Kapita Selektta Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.

Infanti, Anthony C. (2008). *Tax equity*. Buffalo Law Review. University of Pittsburgh School of Law.

Irawan, Ronny. (2008). *Corporate Social Responsibility: Tinjauan Menurut Peraturan Perpajakan di Indonesia*. The 2nd National Conference UKWMS.

Mardiasmo. (2003). *Perpajakan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Mansury, R. (2002). *Pajak penghasilan lanjutan pasca reformasi 2000*. Jakarta: Yayasan Pengembangan dan Penyebaran Pengetahuan Perpajakan (YP4).

- Nurmansyah, Agung. (2006). *Corporate Social Responsibility: Isu dan Implementasinya*. Kajian Bisnis, Vol.14, No.1, January-April.
- Pambudi, Sri Teguh. (2006). *CEO dan CSR: Antara Citra dan Kepedulian*. Ebar Edisi III, September-December.
- Prabowo, Y. (2004). *Akuntansi Perpajakan Terapan Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Prasetyo, Kristian Agung, “Benarkah Pemberian Insentif Pajak Dapat meningkatkan Invesatasi Asing Di Indonesia”, Inside Tax, April 2008.
- Rahman, Reza. (2009). *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI).
- Rawi, & Munawar Muchlish. (----). *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage dan Corporate Sosial Responsibility*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 13-15 Oktober 2010.
- Rustiarini, Ni Wayan. (----). *Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Sosial Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 13-15 Oktober 2010.
- Suandi, Early. (2005). *Hukum Pajak*. Yogyakarta.
- Suandi, Erly. (2006). *Perencanaan Pajak*. Yogyakarta.
- Suharto, Edi. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Stategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama (cetakan kedua)

- Suharto, Edi. (2007a). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. (2007b). *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik: Peran Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial dalam Mewujudkan Negara Kesejahteraan di Indonesia*. Bandung: Alfabeta
- Sukada, Sonny dkk. (2006). *Membumikan Bisnis Berkelanjutan*. Jakarta: Yayasan Indonesia Business Links.
- Suprpto, Siti Adiprigandari Adiwoso. 2009. *Corporate Social Responsibility, Landasan Dasar*. Materi Kuliah June 2010 di Magister Akuntansi FE UI, Jakarta.
- Susanto, A.B. (2009). *Reputatuion-Driven Corporate Social responsibility*. Jakarta: Esensi, Erlangga Group.
- Thuronyi, Victor. (1998). *Tax Law Design and Drafting (Volume II)*. International Monetary Fund.
- Titisari, Kartika Hendra, Eko Suwardi, dan Doddy Setiawan. (----). *Corporate Sosial Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 13-15 Oktober 2010.
- Tunggal, Amin Widjaja. (2008). *Corporate Social Responsibility (CSR) Konsep dan Kasus*. Jakarta: Harvarindo.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publising
- Zain, Mohammad. (2007). *Manajemen Perpajakan*. Bandung: Salemba Empat.

LAMPIRAN

Ringkasan Hasil Wawancara

Wajib Pajak Badan

Jum'at, 12 November 2010, Farah Dina Syofiana (*Promotion & Product Engineering* Unit Usaha Syariah CIMB Niaga) Pkl. 10.00-11.30

1. Apa saja kegiatan/komponen tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang telah dilakukan perusahaan anda?

CIMB Niaga Syariah melakukan kegiatan CSR baik yang sifatnya incidental maupun periodic/long term program. Kegiatan yang bersifat incidental berupa kegiatan bakti sosial/pemberian sumbangan cuma-cuma baik dalam bentuk uang maupun barang untuk publik seperti sekolah-sekolah atau masjid-masjid. Sedangkan CSR yang sifatnya jangka panjang, CIMB Niaga Syariah membuat program kerja sama dengan lembaga amil zakat maupun lembaga sosial kemanusiaan untuk membuat sebuah program pendidikan/kemanusiaan.

2. Jelaskan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan CSR oleh perusahaan anda?

Misalnya secara tulus untuk tujuan sosial atau hanya untuk meningkatkan citra perusahaan atau untuk menghindari konflik sosial dengan pihak *stakeholders* atau ada alasan lainnya.

Tujuannya adalah untuk menjalankan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) namun tidak dapat dipungkiri perusahaan tetap mengharapkan adanya nilai publisitas melalui kegiatan CSR ini sebagai usaha untuk meningkatkan good corporate image dan juga brand awareness.

3. Pada tahun berapa perusahaan anda didirikan dan pada tahun berapa perusahaan mengenal dan mengimplementasikan CSR?

CIMB Niaga Syariah merupakan unit usaha syariah CIMB Niaga yang berdiri pada September 2004. Kegiatan CSR mulai dikonsolidasikan dengan baik dan terorganisir baru sejak tahun 2008. Terutama pada saat CSR merupakan job desc yang memiliki KPI (*key performance indicator*), sehingga

implementasinya mulai cukup berkembang. Sebelumnya masih bersifat memberikan sumbangan/bantuan apabila ada *stakeholder* yang mengajukan proposal permohonan bantuan ke CIMB Niaga Syariah

4. Apakah perusahaan anda membentuk tim khusus untuk melaksanakan kegiatan CSR-nya dimana ada *Budget* tersendiri yang khusus disisihkan untuk kegiatan social perusahaan?

Ya. Di CIMB Niaga Syariah, dahulu di manage oleh Syariah Affair Division, namun mulai tahun 2010 ini dibawah koordinasi *Promotion & Product Engineering Division*. CSR ini memiliki budget tersendiri, kalau di syariah istilahnya Dana Qardhul Hasan

5. Jika ada, apa saja tugas dan wewenang tim khusus tersebut?

Tugasnya adalah membuat program CSR sesuai dengan budget yang ada, mengidentifikasi dan menentukan target yang berhak menerima program ini. Mulai dari mengajukan proposal ke manajemen, menyusun budget, turun lapangan untuk meninjau langsung target yang akan menerima program, dsb.

6. Bagaimana tanggapan perusahaan anda dengan munculnya Undang Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa perusahaan wajib melakukan kegiatan sosial perusahaan? Apakah kemudian memicu perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial lebih banyak atau perusahaan tidak mengetahui adanya UU PT tersebut?

Saya rasa perusahaan saya memahami peraturan tsb sehingga CSR merupakan salah satu aspek penting yang dimasukkan dalam rencana kegiatan bank. Namun hal ini tidak otomatis memicu peningkatan kuantitas/frekuensi pelaksanaan kegiatan CSR. Selain tergantung budget yang ada, SDM internal yang terbatas membuat perusahaan tidak terlalu banyak membuat kegiatan CSR namun cukup beberapa kegiatan saja namun berkualitas dan jangka panjang.

7. Apakah UU PT tersebut mempengaruhi perusahaan anda? Ya

8. Banyak perusahaan beranggapan dengan diwajibkannya perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR melalui UU PT tersebut, banyak perusahaan meminta insentif pajak berupa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan sosial dapat dijadikan biaya sehingga dapat mengurangi penghasilan bruto perusahaan yang akibatnya pembayaran pajak tahunannya menjadi lebih kecil. Sementara dalam UU Pajak Penghasilan dikatakan bahwa sumbangan bukan objek pajak, dengan kata lain sumbangan yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan sosial, dananya diambil dari penghasilan setelah pajak (*Earning after tax/EAT*). Apakah perusahaan anda juga berharap hal yang serupa dari pemerintah, atau tidak tau sama sekali mengenai hal ini?

Saya kurang tahu persis mengenai hal ini, yang saya tahu hanya dana atau budget CSR CIMB Niaga Syariah memang berasal dari pendapatan perusahaan.

9. Apakah pemberian insentif pajak atas kegiatan CSR mempengaruhi kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan? Apakah tanpa adanya insentif pajak perusahaan anda tidak akan melakukan kegiatan sosial?

Saya rasa tidak, perusahaan tetap akan melakukan kegiatan CSR sesuai dengan budget yang ada, tidak perlu memaksakan dengan memberikan bantuan atau program besar-besaran.

10. UU Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008 telah menjadikan beberapa item sumbangan yang dapat dijadikan biaya bagi perusahaan seperti biaya beasiswa, magang, dan pelatihan, sumbangan pendidikan, sumbangan R&D untuk kepentingan negara, sumbangan fasilitas sosial, sumbangan bencana nasional (tsunami di Aceh, gempa di Jogja), dan sumbangan dalam bidang olahraga. Apakah perusahaan anda mengharapkan adanya insentif pajak yang lebih luas dari yang disebutkan sebelumnya? Jika ada, dalam sektor apa yang diharapkan untuk diberikan insentif pajak?

*tidak mengetahui akan hal ini.

Wajib Pajak Badan

Jum'at, 19 November 2010, Romi Satria (Marketing Department PT. CW) Pkl. 15.00-16.00

1. Apa saja kegiatan/komponen tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang telah dilakukan perusahaan anda?

Komponen tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan yang bergerak dalam bidang *property consultant* ini masih sebatas memberikan santunan kepada anak yatim yang dilakukan setahun sekali. Kemudian perusahaan pernah melakukan kegiatan sosial dalam bidang pendidikan yaitu membuat sarana mading bekerja sama dengan pihak ketiga di sekolah-sekolah.

2. Jelaskan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan CSR oleh perusahaan anda? Misalnya secara tulus untuk tujuan sosial atau hanya untuk meningkatkan citra perusahaan atau untuk menghindari konflik sosial dengan pihak *stakeholders* atau ada alasan lainnya?

Tujuan perusahaan melakukan kegiatan CSR adalah sebagai penyeimbang kegiatan usaha mereka, sebagai rasa syukur. Selain itu tidak dipungkiri juga, bahwa kegiatan CSR juga karena mengikuti trend yang ada.

3. Pada tahun berapa perusahaan anda didirikan dan pada tahun berapa perusahaan mengenal dan mengimplementasikan CSR?

Perusahaan baru berdiri dari tahun 2007, dan sampai saat ini perusahaan belum banyak melakukan banyak kegiatan CSR karena lingkup perusahaan dirasa masih sangat kecil. Kegiatan CSR baru dilakukan pada tahun 2009, sementara yang rutin dilakukan setiap tahun hanya sebatas sumbangan saja.

4. Apakah perusahaan anda membentuk tim khusus untuk melaksanakan kegiatan CSR-nya dimana ada *Budget* tersendiri yang khusus disisihkan untuk kegiatan sosial perusahaan?

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tidak mempunyai tim khusus, dimana kegiatan ini dikelola oleh departemen marketing dan komunikasi.

5. Jika ada, apa saja tugas dan wewenang tim khusus tersebut? Tidak ada.

6. Bagaimana tanggapan perusahaan anda dengan munculnya Undang Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa perusahaan wajib melakukan kegiatan sosial perusahaan? Apakah kemudian memicu perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial lebih banyak atau perusahaan tidak mengetahui adanya UU PT tersebut?
Tidak mengetahui akan hal ini.

7. Apakah UU PT tersebut mempengaruhi perusahaan anda? Tidak.

8. Banyak perusahaan beranggapan dengan diwajibkannya perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR melalui UU PT tersebut, banyak perusahaan meminta insentif pajak berupa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan sosial dapat dijadikan biaya sehingga dapat mengurangi penghasilan bruto perusahaan yang akibatnya pembayaran pajak tahunannya menjadi lebih kecil. Sementara dalam UU Pajak Penghasilan dikatakan bahwa sumbangan bukan objek pajak, dengan kata lain sumbangan yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan sosial, dananya diambil dari penghasilan setelah pajak (*Earning after tax/EAT*). Apakah perusahaan anda juga mengharap hal yang serupa dari pemerintah, atau tidak tau sama sekali mengenai hal ini?
Perusahaan ini tidak mengetahui akan hal ini, sehingga saat melakukan kegiatan CSR, pajak bukan sebagai pertimbangan dala hal ini.

9. Apakah pemberian insentif pajak atas kegiatan CSR mempengaruhi kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan? Apakah tanpa adanya insentif pajak perusahaan anda tidak akan melakukan kegiatan sosial?
Seperti dikatakan sebelumnya bahwa perusahaan tidak mengetahui dan tidak menjadikan pajak sebagai pertimbangan.

10. UU Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008 telah menjadikan beberapa item sumbangan yang dapat dijadikan biaya bagi perusahaan seperti biaya

beasiswa, magang, dan pelatihan, sumbangan pendidikan, sumbangan R&D untuk kepentingan negara, sumbangan fasilitas sosial, sumbangan bencana nasional (tsunami di Aceh, gempa di Jogja), dan sumbangan dalam bidang olahraga. Apakah perusahaan anda mengharapkan adanya insentif pajak yang lebih luas dari yang disebutkan sebelumnya? Jika ada, dalam sektor apa yang diharapkan untuk diberikan insentif pajak?

Tidak mengetahui akan hal ini.

Wajib Pajak Badan

Kamis, 18 November 2010, Nurina (Production Department PT. KTC) Pkl. 14.00-15.30

1. Apa saja kegiatan/komponen tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang telah dilakukan perusahaan anda?

Kegiatan *corporate social responsibility* yang dijalankan oleh perusahaan *event organizer* (EO) ini cukup beragam. Diantaranya program santunan kepada anak-anak yatim piatu yang dilakukan secara rutin setiap satu bulan sekali. Kemudian program pembagian sembako untuk masyarakat di sekitar kantor, program magang bagi mahasiswa, serta pembangunan tempat ibadah (masjid).

2. Jelaskan tujuan dari diselenggarakannya kegiatan CSR oleh perusahaan anda? Misalnya secara tulus untuk tujuan sosial atau hanya untuk meningkatkan citra perusahaan atau untuk menghindari konflik sosial dengan pihak *stakeholders* atau ada alasan lainnya?

Alasan perusahaan melakukan kegiatan CSR lebih kepada kesadaran institusi untuk berbagi kepada orang-orang sekitar dan masyarakat lain yg membutuhkan, sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan atas segala kebaikan yang diterima perusahaan. Rasanya membangun citra positif ataupun menjaga suasana kondusif bukan tujuan utama dari kegiatan CSR ini karena pada dasarnya perusahaan ini bukanlah perusahaan besar yang membutuhkan citra positif yg besar dalam menjalankan usahanya.

3. Pada tahun berapa perusahaan anda didirikan dan pada tahun berapa perusahaan mengenal dan mengimplementasikan CSR?

Perusahaan ini berdiri pada tahun 2000 dan mulai berkembang pesat sekitar tahun 2004, sehingga pada tahun itulah perusahaan menjalankan kegiatan CSR secara terprogram dan rutin.

4. Apakah perusahaan anda membentuk tim khusus untuk melaksanakan kegiatan CSR-nya dimana ada *Budget* tersendiri yang khusus disisihkan untuk kegiatan sosial perusahaan?

Mengenai tim khusus, perusahaan ini tidak punya, divisi yang menjalankan kegiatan tersebut adalah bagian produksi dan memang sudah disiapkan *budget* khusus yang sengaja disisihkan di setiap anggaran perusahaan tiap tahunnya.

5. Jika ada, apa saja tugas dan wewenang tim khusus tersebut?

Tidak ada

6. Bagaimana tanggapan perusahaan anda dengan munculnya Undang Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa perusahaan wajib melakukan kegiatan sosial perusahaan? Apakah kemudian memicu perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial lebih banyak atau perusahaan tidak mengetahui adanya UU PT tersebut?

Tanggapan perusahaan cenderung tidak menjadikan hal ini menjadi beban, karena memang sampai saat ini perusahaan masih melakukan kegiatan CSR seperti biasanya, walaupun melakukan kegiatan CSR yang lebih banyak lagi biasanya dikaitkan dengan faktor keuntungan yang diterima perusahaan. Semakin banyak keuntungan yang diperoleh, maka porsi untuk kegiatan CSR juga akan semakin banyak.

7. Apakah UU PT tersebut mempengaruhi perusahaan anda?

Tidak mempengaruhi.

8. Banyak perusahaan beranggapan dengan diwajibkannya perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR melalui UU PT tersebut, banyak perusahaan meminta insentif pajak berupa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan sosial dapat dijadikan biaya sehingga dapat mengurangi penghasilan bruto perusahaan yang akibatnya pembayaran pajak tahunannya menjadi lebih kecil. Sementara dalam UU Pajak Penghasilan dikatakan bahwa sumbangan bukan objek pajak, dengan kata lain sumbangan yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan sosial, dananya diambil dari penghasilan setelah pajak (*Earning after tax/EAT*). Apakah perusahaan anda juga berharap hal yang serupa dari pemerintah, atau tidak tau sama sekali mengenai hal ini?
Perusahaan tidak mengetahui adanya opsi seperti itu sehingga hal tersebut tidak menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan CSR
9. Apakah pemberian insentif pajak atas kegiatan CSR mempengaruhi kegiatan sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan? Apakah tanpa adanya insentif pajak perusahaan anda tidak akan melakukan kegiatan sosial?
Apapun konsekuensi yang timbul dari aturan perpajakan mengenai hal ini tidak mempengaruhi kegiatan yang dilakukan perusahaan. Dengan kata lain urusan pajak tidak mempengaruhi kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.
10. UU Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008 telah menjadikan beberapa item sumbangan yang dapat dijadikan biaya bagi perusahaan seperti biaya beasiswa, magang, dan pelatihan, sumbangan pendidikan, sumbangan R&D untuk kepentingan negara, sumbangan fasilitas sosial, sumbangan bencana nasional (tsunami di Aceh, gempa di Jogja), dan sumbangan dalam bidang olahraga. Apakah perusahaan anda mengharapkan adanya insentif pajak yang lebih luas dari yang disebutkan sebelumnya? Jika ada, dalam sektor apa yang diharapkan untuk diberikan insentif pajak?
Tidak mengetahui akan hal ini.

Dirjen Pajak

Selasa, 9 November 2010, Yunirwansyah, SE, Ak. , DESS CAAE (Kasubdit Peraturan PPh Badan, Direktorat Perpajakan II, Direktorat Jenderal Pajak) dan Pudiriana (Kepala Seksi Peraturan PPh Badan, Direktorat Perpajakan II, Direktorat Jenderal Pajak). Bertempat di Kantor PP II Direktorat Jenderal Pajak, pk. 13.00-15.00

1. Terkait terbatasnya regulasi pajak yang mengatur mengenai ke kegiatan CSR di Indonesia, apakah akan ada peraturan yang secara jelas mengatur mengenai perlakuan kegiatan CSR di Indonesia?

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan. Pemerintah hanya memfasilitasi sumbangan-sumbangan tertentu yang dikeluarkan perusahaan sebagai biaya yang dapat dibiayakan sebagai pengurang penghasilan bruto. Sumbangan-sumbangan tersebut hanya sebagai irisan dari kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.

2. Saat ini masih ada peraturan pemerintah yang mengatur sumbangan-sumbangan tertentu yang dapat dibiayakan perusahaan, belum ada. Sampai sejauh mana proses pembuatan regulasi ini?

Regulasi mengenai hal ini sudah sampai pada tahap pembahasan akhir dimana pada akhir tahun 2010, akan diusahakan untuk dikeluarkan.

3. Adakah kendala yang dihadapi dalam pembuatan regulasi tersebut?

Tidak dapat dikatakan kendala dalam membuat regulasi. Banyaknya pihak yang diikut sertakan dalam pembahasan regulasi ini yang menyebabkan waktu yang dibutuhkan menjadi lebih lama. Banyak pendapat dan proses birokrasi juga yang menyebabkan proses ini menjadi lebih lama.

4. Apakah dasar dalam memberikan insentif pajak kepada perusahaan atas kegiatan CSR?

Dasarnya adalah mengikutsertakan peran swasta dalam membangun bangsa. Jika banyak perusahaan yang peduli dengan lingkungan sekitar misalnya

membangun sekolah di lingkungan tempat perusahaan beroperasi, maka akan maju Negara ini.

5. Sejauh mana peraturan perpajakan mencegah perusahaan untuk melakukan *tax avoidance* melalui pemanfaatan insentif pajak atas kegiatan CSR?

Pada dasarnya pemerintah dalam membuat suatu regulasi didasarkan pada itikat baik. Menganggap bahwa peraturan dibuat untuk orang-orang yang baik, jadi pemerintah tidak secara khusus membuat peraturan khusus dalam hal ini. Namun Peraturan Pemerintah yang akan segera dikeluarkan akan menjadi aturan yang mengatur pelaksanaan UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 6 atas sumbangan tersebut.

