

MODEL-MODEL TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN ASPEK PERPAJAKANNYA

Ronny Irawan

Unika Widya Mandala Surabaya
jasperconsult@yahoo.com

Abstract

Corporate social responsibility is contra-service of company to its environment and society since company already has gains from them. There are various models of corporate social responsibility carried out by the companies in Indonesia. They can involve directly to perform the events of responsibility or through third party. They can also make a cooperation with another party or join to another party. They can give contributions to the people and their environment directly by increasing their quality of life. But, they have to obey the rules and regulations set by government for their sustainability. The different types of social responsibility programs need different treatments of their taxation.

Keywords: *corporate social responsibility models, taxation*

Pendahuluan

Kebutuhan akan tanggung jawab sosial menjadi sebuah pertimbangan yang harus menjadi bagian penting perencanaan perusahaan. Masyarakat menjadi lebih kritis terhadap konsekuensi yang ditimbulkan dari beroperasinya suatu perusahaan. Tidak hanya dari produk dan jasa yang mereka konsumsi, mereka juga melihat dampak yang ditimbulkan dari beroperasinya perusahaan terhadap lingkungan mereka. Perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial mereka di masyarakat. Dari tinjauan ekonomis, menang manajemen perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya. Tetapi di aspek sosial, tidak bisa dipungkiri bahwa perusahaan harus memberikan kontribusi baik secara langsung dan tidak langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Beberapa kasus yang terjadi di PT Freeport dan PT Newmont dimana masyarakat sekitar selalu mengadakan demonstrasi untuk berusaha menutup perusahaan atau paling tidak menghalangi beroperasinya perusahaan, menunjukkan respon masyarakat terhadap perusahaan. Gejolak-gejolak yang terjadi disebabkan karena masyarakat sekitar tidak merasakan kontribusi secara langsung bahkan masyarakat merasakan dampak negatif dari beroperasinya perusahaan-perusahaan tersebut. Karena itu dalam perencanaan khususnya perencanaan jangka panjang perusahaan seharusnya memasukkan unsur tanggung jawab sosial ketika perusahaan beroperasi, agar di masa akan datang masyarakat dan lingkungan dapat menghargai bahkan mendukung beroperasinya perusahaan.

Dilihat dari aspek investasi, sebenarnya para investor juga memiliki kecenderungan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial, atau kepada perusahaan yang mempunyai standar tinggi dalam masalah sosial dan lingkungan hidup (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Para investor juga memperhatikan masalah kepedulian sosial ke dalam proses pengambilan keputusan investasi, karena itu perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan. Manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial. Tanggung jawab sosial dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya (Sembiring, 2006). Perusahaan dapat melaporkan informasi tersebut dalam laporan tahunan atau dalam laporan yang terpisah.

Di aspek hukum, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab secara ekonomis dan sosial, karena perusahaan harus taat atau tunduk kepada peraturan yang ditetapkan pemerintah. Seperti keluarnya Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). Jika peraturan ini dilanggar maka perusahaan akan menanggung risiko untuk diberhentikan operasinya.

Dari aspek perpajakan, ternyata pelaksanaan program CSR ini memerlukan kajian lebih mendalam dalam penerapannya, karena program CSR yang diterapkan oleh perseroan bisa dalam berbagai bentuk program. Bentuk program yang dipilih oleh perusahaan menimbulkan masalah sendiri di aspek perpajakannya, baik aspek Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai. Karena itu artikel ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam berbagai bentuk program CSR dan pola CSR, serta bagaimana aspek perpajakannya menurut peraturan perpajakan di Indonesia.

Pembahasan

Pengertian dan Jenis CSR

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006). Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

Tanggung jawab sosial mulai muncul pada tahun 1960-an saat dimana negara-negara telah pulih dari Perang Dunia II. Pada waktu itu, persoalan keterbelakangan dan kemiskinan mulai mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Hal ini mendorong berkembangnya tanggung jawab sosial sebagai cara untuk meringankan kemiskinan dan keterbelakangan tersebut.

Pada tahun 1970-an, muncul sebuah pemikiran bahwa bumi tempat kita tinggal memiliki daya dukung yang terbatas dimana manusia terus berkembang dan bertambah padat. Oleh karena itu, eksploitasi perlu dilakukan secara hati-hati (Wibisono, 2007). Pada dasawarsa tersebut disadari timbulnya tanggung jawab sosial dengan pemikiran bahwa untuk meningkatkan sektor produksi perlu didukung oleh peningkatan permintaan masyarakat. Peningkatan tersebut salah satunya dapat diperoleh dengan berubahnya masyarakat yang miskin menjadi mampu. Perubahan ini mungkin dapat dilakukan dengan adanya bantuan dari luar misalnya atas perbaikan sarana pendidikan dan kesehatan.

Pada tahun 1980-an terjadi perubahan atas bentuk kegiatan sosial dari yang berupa kegiatan pendermaan menjadi ke arah pemberdayaan masyarakat. Menurut Elkingto dalam Wibisono (2007), jika perusahaan ingin bertahan maka perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Perkembangan signifikan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia ditandainya dengan adanya Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 (UU PT), disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Pada pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Menurut Wibisono (2007) perusahaan memperoleh beberapa keuntungan karena menerapkan tanggung jawab sosialnya antara lain: untuk mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan ijin untuk beroperasi, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses ke sumber daya, membentangkan akses menuju *market*, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, dan meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.

Menurut Gloutie dalam Zuhroh (2003) tema-tema yang diungkapkan dalam wacana akuntansi tanggung jawab sosial adalah:

1. Kemasyarakatan, tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan, dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
2. Ketenagakerjaan, tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya.

3. Produk dan konsumen, tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.
4. Lingkungan hidup, tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Sedangkan menurut Harahap (2002), 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, 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. Praktik 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, 2007) 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 kelompoknya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di negara maju. Di sini 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.

Aspek Perpajakan CSR

Ditinjau dari sudut pandang perpajakan, program CSR yang dilaksanakan di perusahaan-perusahaan dapat terkait dengan Pajak Penghasilan (PPh) maupun Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dari sudut PPh, perusahaan biasanya harus memilih strategi sehingga semua biaya yang dikeluarkan untuk program CSR yang dipilih dapat dibebankan sebagai biaya yang mengurangi laba kena pajak. Dari sudut pandang PPN, perusahaan biasanya memilih strategi sehingga barang atau jasa yang diberikan kepada pihak penerima tidak terhutang PPN atau walaupun terhutang seminimal mungkin. Strategi ini diambil dengan asumsi bahwa semua program CSR yang dipilih oleh perusahaan adalah benar-benar untuk maksud yang mulia, peningkatan kualitas sumber daya alam, maupun peningkatan aspek sosial dan kesejahteraan rakyat. Dengan demikian seyogyanya apapun bentuk program yang dipilih oleh perusahaan mendapat keringanan dan kemudahan dalam aspek pajaknya. Berikut ini akan dibahas berbagai bentuk program CSR dan bagaimana perlakuan perpajakannya, baik PPh dan/atau PPN.

Kemasyarakatan

Perusahaan dapat melaksanakan program tanggung jawab sosialnya ke masyarakat berupa aktivitas di bidang pendidikan dan kesehatan. Dalam bidang pendidikan, yang dapat diberikan oleh perusahaan berupa pemberian beasiswa kepada siswa-siswa berprestasi ataupun siswa yang tidak mampu, ataupun sumbangan untuk penyediaan sarana dan prasarana sekolah. Di bidang kesehatan, perusahaan biasanya memberikan bantuan penyediaan sarana dan prasarana kesehatan seperti puskesmas, program khitanan masal, imunisasi untuk masyarakat umum, dan program lainnya.

Apabila program CSR berupa pemberian beasiswa yang nantinya ada ikatan kerja dengan perusahaan, maka dari sudut Pajak Penghasilan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dibebankan pada laba perusahaan.

Seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2000 Pasal 6 ayat 1 huruf g yang menyebutkan bahwa beasiswa, magang, dan pelatihan merupakan biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto dan diatur lebih lanjut di KEP 545/PJ/2000. Pemberian program beasiswa ini sangat membantu siswa-siswa berprestasi ataupun siswa-siswa yang berlatar belakang ekonomi tidak mampu. Karena itu perusahaan-perusahaan yang akan menerapkan program CSR, pemberian berupa beasiswa merupakan salah satu pilihan yang terbaik yang dapat dijalankan secara rutin. Dengan program pemberian beasiswa demikian sangat membantu masyarakat di dunia pendidikan secara langsung. Tetapi, sebenarnya pemerintah tidak perlu membatasi dengan memberikan syarat atas beasiswa yang hanya ada ikatan kerja dengan perusahaan saja yang biayanya dapat dikurangkan pada penghasilan kena pajak.

Perusahaan yang memilih memberikan sumbangan untuk penyediaan sarana dan prasarana sekolah dan kesehatan, maka biaya yang dikeluarkan untuk sumbangan ini tidak dapat dikurangkan pada penghasilan bruto perusahaan (*non deductible expenses*), ini sesuai dengan Undang-Undang No.17 Tahun 2000 Pasal 9 ayat 1 huruf g. Sedangkan bagi pihak penerima bantuan atau sumbangan merupakan penghasilan yang tidak termasuk sebagai Obyek Pajak seperti diatur dalam Undang-Undang No.17 pasal 4 ayat 1 huruf a. Sangat disayangkan jika sumbangan yang juga membantu negara dalam mengentas kebodohan dan meningkatkan kesehatan rakyat demikian tidak dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Pemerintah seharusnya memperbolehkan biaya ini dikurangkan di penghasilan bruto, asalkan jelas kepada siapa sumbangan itu diberikan. Pemerintah mungkin menyediakan institusi/organisasi milik pemerintah atau non pemerintah yang dapat menampung sumbangan yang demikian.

Bisa terjadi perusahaan memberikan sumbangan berupa barang yang diproduksi sendiri oleh perusahaan, misalnya berupa komputer, meja, kursi, atau lemari. Dari segi sudut pandang Pajak Penghasilan biaya tersebut tetap merupakan biaya yang tidak dapat dikurangkan dari penghasilan bruto perusahaan. Sedangkan dilihat dari aspek Pajak Pertambahan Nilai maka pemberian sumbangan dalam bentuk barang seperti di atas merupakan Obyek Pajak Pertambahan Nilai seperti diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan No. 251/KMK.03/2002 sebagai penyempurnaan Keputusan Menteri Keuangan No 567/KMK.04/2000 tentang Nilai Lain yang dapat digunakan sebagai Dasar Pengenaan Pajak, sehingga perusahaan harus menyetor PPN yang terhutang kepada kas negara dengan Dasar Pengenaan Pajak sebesar harga jual atau penggantian setelah dikurangi laba kotor.

Dilihat dari manfaat yang diperoleh oleh masyarakat pemberian sumbangan dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana pendidikan dan kesehatan sangat besar. Sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar 1945 untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan memberikan kesejahteraan bangsa, pemerintah belum mampu menyediakan sarana dan prasarana yang memadai untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga perlu campur tangan pihak swasta untuk membantu pencapaian tujuan tersebut. Tetapi merupakan dilema tersendiri bagi perusahaan karena jika mereka mau memberikan sumbangan tersebut dengan maksud yang tulus ternyata sumbangan yang mereka berikan ternyata tidak dapat diakui

sebagai biaya yang mengurangi penghasilan bruto mereka. Kecuali sumbangan tersebut diperuntukkan bagi korban bencana alam gempa bumi yang terjadi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Jawa Tengah pada tanggal 27 Mei 2006 serta gempa bumi dan tsunami yang terjadi di pesisir pantai selatan Pulau Jawa pada tanggal 17 Juli 2006 seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan No.95/PMK.03/2006. Melalui peraturan tersebut tersirat bahwa fasilitas pajak hanya diberikan pada bencana alam semata. Hal ini menyebabkan kepedulian sebagian besar perusahaan menjadi bersifat insidental dan tidak merupakan program yang dilakukan secara terus menerus.

Ketenagakerjaan

Tema yang dapat diambil dalam program CSR ini merupakan semua aktivitas perusahaan yang ditujukan pada orang-orang dalam perusahaan sendiri. Aktivitas tersebut meliputi rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya. Karyawan merupakan sumber daya penting dalam pencapaian tujuan perusahaan, oleh karena itu perusahaan berkewajiban untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas maupun kesejahteraan karyawan.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah pengadaan pelatihan-pelatihan baik diselenggarakan sendiri oleh perusahaan maupun mengikutkan karyawan pada pelatihan atau seminar yang diadakan oleh pihak lain. Aspek perpajakan apabila pelatihan karyawan yang diadakan sendiri oleh perusahaan, misalnya mendatangkan pembicara dari luar, maka di sini terkait dengan Obyek Pajak Penghasilan khususnya PPh Pasal 21/Pasal 26 atau Pasal 23/Pasal 26 UU PPh. Pelatihan yang diberikan oleh orang pribadi maka perusahaan harus memungut PPh Pasal 21/Pasal 26 UU PPh atas honorarium yang diberikan. Jika pelatihan diberikan oleh badan, maka perusahaan diharuskan memotong PPh Pasal 23/Pasal 26 UU PPh atas honorarium yang diberikan. Dari sudut Pajak Pertambahan Nilai, atas jasa profesional yang diberikan oleh orang pribadi atau badan terutang Pajak Pertambahan Nilai dengan Dasar Pengenaan Pajak sebesar Nilai penggantian yang diminta atas jasa yang diberikan.

Perusahaan juga dapat menyertakan karyawan-karyawan untuk peningkatan kualitas karyawan melalui mengikutkan mereka pada pelatihan yang dilakukan di luar perusahaan. Biaya yang dikeluarkan untuk pelatihan ini dapat dikurangkan dari penghasilan bruto perusahaan, sesuai yang diatur dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2000 Pasal 6 ayat 1 huruf g.

Program CSR perusahaan yang memilih meningkatkan kesejahteraan karyawan melalui pemberian tunjangan atau fasilitas tertentu, maka perusahaan harus lebih hati-hati dengan aspek perpajakan yang terkait. Jika tunjangan tersebut menambah gaji bruto karyawan atau diberikan dalam bentuk uang, maka merupakan Obyek PPh Pasal 21/Pasal 26, sehingga biaya yang dikeluarkan untuk tunjangan tersebut dapat dikurangkan dari penghasilan bruto perusahaan. Sebaliknya jika tunjangan tersebut tidak menambah gaji bruto karyawan atau dalam bentuk kenikmatan atau natura (tidak merupakan Obyek PPh Pasal 21/Pasal 26), maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tunjangan tersebut tidak dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Ini sesuai dengan prinsip *taxability* dan *deductibility*. Tetapi, bila program tersebut berbentuk pemberian fasilitas misalnya perumahan karyawan, maka biaya tersebut

merupakan biaya yang tidak dapat dikurangkan dari penghasilan bruto karena merupakan penggantian atau imbalan yang diberikan dalam bentuk natura atau kenikmatan seperti yang diatur dalam UU No.17 Pasal 9 ayat 1 huruf e yang berbunyi sebagai berikut: "*Penggantian atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diberikan dalam bentuk natura dan kenikmatan, kecuali penyediaan makanan dan minuman bagi seluruh pegawai serta penggantian atau imbalan dalam bentuk natura dan kenikmatan di daerah tertentu dan yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri Keuangan*" tidak dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Produk dan Konsumen

Program CSR ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya. Perusahaan seharusnya memberikan kualitas produk dan jasa yang baik kepada masyarakat. Perusahaan tidak semata-mata mencari laba tetapi ada tanggung jawab etis kepada masyarakat atas produk dan jasa yang diberikan. Masyarakat menuntut perusahaan jujur dalam iklan atas produk dan jasa yang ditawarkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

Perusahaan dihadapkan dengan beberapa pilihan untuk memberikan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Ada beberapa perusahaan yang menyisihkan sebagian pendapatan dari penjualan produknya untuk program CSR. Beberapa perusahaan lain memilih memberikan produknya secara gratis kepada masyarakat. Apabila perusahaan memilih untuk menyisihkan sebagian dari hasil penjualannya untuk program CSR dari aspek PPN maka setiap kenaikan harga dari produk yang dijual karena program CSR terhutang PPN sebesar kenaikan harga dari produk tersebut. Ditinjau dari aspek Pajak Penghasilan, kenaikan pendapatan karena program CSR dengan sendirinya menambah penghasilan bruto kena pajak. Ketika dana yang dihasilkan dibagikan, maka harus diperhatikan dalam bentuk apakah program tersebut akan didistribusikan. Dalam bentuk apa pendapatan itu dibagikan, maka akan berbeda perlakuan perpajakannya.

Dalam kegiatan ini perusahaan biasanya mengeluarkan banyak biaya untuk iklan atau promosi. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan harus dapat dipisahkan mana yang benar-benar kegiatan iklan atau promosi dan mana yang bukan. Mengacu kepada Penjelasan Pasal 6 ayat 1 Undang-Undang No.17 tahun 2000 menyebutkan bahwa: "*... mengenai pengeluaran untuk promosi, perlu dibedakan antara biaya yang benar-benar dikeluarkan untuk promosi dengan biaya yang pada hakikatnya merupakan sumbangan. Biaya yang benar-benar dikeluarkan untuk promosi boleh dikurangkan dari penghasilan bruto*". Perusahaan dalam kegiatan promosi dan iklannya dapat membagi-bagikan produk perusahaan ataupun memberikan hadiah tertentu untuk mendorong penjualan perusahaan.

Perusahaan yang melakukan promosi dengan membagi-bagikan produknya sebagai sampel di masyarakat, di aspek Pajak Penghasilan biaya yang dikeluarkan bukan biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto karena merupakan pemberian kenikmatan atau natura seperti yang diatur dalam UU No.17 Tahun

2000 pasal 9 ayat 1 huruf e. Dari aspek PPN perusahaan juga terutang PPN atas produk yang diberikan secara cuma-cuma dengan Dasar Pengenaan Pajak sebesar harga jual dikurangi laba kotor.

Perusahaan juga dapat melaksanakan program tanggung jawab sosial dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan setelah penjualan, misalnya perbaikan produk yang cacat atau penggantian produk atau *sparepart*. Biaya *service* yang dikeluarkan oleh perusahaan ini dapat dikurangkan dari penghasilan bruto karena termasuk dalam kategori biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan.

Lingkungan Hidup

Perusahaan dalam menerapkan CSR dengan tema yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam. Dilihat dari aspek Pajak Penghasilan Undang-Undang No.17 tahun 2000 pasal 6 ayat 1 berbunyi "*biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan, termasuk biaya pembelian bahan, biaya berkenaan dengan pekerjaan dan jasa termasuk upah, gaji, honorarium, bonus, gratifikasi, dan tunjangan yang diberikan dalam bentuk uang, bunga, sewa, royalti, biaya perjalanan, biaya pengolahan limbah, biaya administrasi, dan pajak kecuali Pajak Penghasilan*", dapat mengurangi penghasilan bruto. Dengan demikian, apabila perusahaan mengeluarkan biaya pengolahan limbah dan pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnisnya serta biaya yang dikeluarkan untuk pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan yang berkaitan dengan usaha mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Perlu dicermati bahwa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pengendalian polusi atau pencemaran lingkungan hidup mungkin sangat terkait dengan Pajak Penghasilan dan PPN. Sebagai contoh perusahaan harus membuat bak pengolahan limbah untuk mengolah limbah produksinya, maka semua biaya yang dikeluarkan untuk pembayaran jasa pengerjaan dan semua material dapat dibebankan ke penghasilan bruto. Tetapi perlu diketahui bahwa atas pembayaran jasa atau imbalan akan terutang PPh Pasal 21/Pasal 26 UU PPh atau Pasal 23/Pasal 26 UU PPh, sedangkan pengadaan materialnya terutang PPN yang harus dibayar oleh perusahaan.

Model Corporate Social Responsibility

Seperti telah dibahas, model CSR pada perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat dilakukan melalui: keterlibatan langsung atau melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan, atau tidak terlibat secara langsung tetapi bermitra dengan pihak lain. Apabila sumbangan untuk program CSR dilakukan sendiri baik keterlibatan secara langsung oleh perusahaan maupun diwakili oleh yayasan atau organisasi perusahaan, maka tidak ada aspek pemotongan Pajak Penghasilan yang harus dilakukan. Tetapi ingat biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan bukanlah biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto.

Perusahaan dapat memilih pemberian program CSR melalui pihak lain. Jika ini terjadi, maka terdapat aspek pemotongan PPh atas imbalan atas jasa pertolongan

yang diberikan. Disini bentuk pemotongan PPh tergantung dari jenis jasa yang diberikan dan kepada siapa imbalan jasa itu diberikan. Jika imbalan jasa tersebut diberikan kepada orang pribadi, maka perusahaan harus memotong PPh Pasal 21/Pasal 26 UU PPh, sedangkan imbalan tersebut diberikan kepada badan maka perusahaan harus memotong PPh Pasal 23/Pasal 26 UU PPh.

Simpulan

Saat ini perusahaan dituntut tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, tetapi juga dituntut memberikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Di pihak lain perusahaan khususnya perseroan terbatas harus mematuhi peraturan yang berlaku apabila ingin terus beroperasi. Disahkannya Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 pada tanggal 20 Juli 2007 mewajibkan perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan. Jika perusahaan tidak mematuhi maka akan mendapatkan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Perusahaan dalam menerapkan program CSR harus memperhatikan aspek perpajakan yang berlaku, baik dari aspek Pajak penghasilan maupun PPN. Suatu hal yang disayangkan jika bantuan atau sumbangan yang diberikan oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan ternyata tidak dapat diakui sebagai pengurang dari penghasilan bruto perusahaan. Di lain pihak pemerintah tidak mampu memenuhi semua kebutuhan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan. Memang ada kemungkinan perusahaan akan menyalahgunakan peraturan perpajakan mengenai tanggung jawab sosialnya seperti: bantuan atau sumbangan sehingga mengurangi pajak yang terhutang. Tetapi dengan memperjelas peraturan mengenai bentuk dan jenis sumbangan yang boleh dikurangkan, daftar nominatif, atau ketentuan lainnya tidak menghambat perusahaan untuk menunaikan tanggung jawab sosialnya.

Pemerintah harus memperjelas aturan perpajakan yang berkaitan dengan pengeluaran-pengeluaran dari program CRS, sehingga pemerintah mendapatkan banyak perusahaan yang mau terlibat dalam program ini. Jangan seperti peraturan perpajakan saat ini yang hanya memperbolehkan bantuan atau sumbangan hanya kalau terjadi bencana alam dan gempa bumi yang terjadi secara insidental, seperti yang terjadi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Jawa Tengah pada tanggal 27 Mei 2006 serta gempa bumi dan tsunami yang terjadi di pesisir pantai selatan Pulau Jawa. Ini menyebabkan keengganan perusahaan untuk menetapkan program CSR di dalam anggaran perusahaan yang bersifat bantuan atau sumbangan baik dalam bentuk uang ataupun barang secara konsisten dan periodik.

Daftar Rujukan

- Anggraini, F.R.R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.
- Direktorat Jenderal Pajak. *Undang-Undang Republik Indonesia No.7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No.10 Tahun 1994, dan diubah terakhir dengan Undang-Undang No.17 Tahun 2000.*
- Direktorat Jenderal Pajak. *Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana diubah dengan Undang-Undang No.11 tahun 1994, dan diubah terakhir dengan Undang-Undang No.18 Tahun 2000.*
- Harahap, S. S. 2002. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sembiring, E. 2006. "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Maksi*. Vol. 6, No. 1: hal. 60-68.
- Said dan Abidin. 2007. "CSR dan Pajak". *Indonesian Tax Review*. Edisi 33. Vol. 6.
- Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Zuhroh, D. dan I.P.P.H Sukmawati. 2003. "Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor". Simposium Nasional Akuntansi VI.

