



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI AGRESIVITAS PAJAK

Sherina Wuga¹, Prima Apriwenni²

¹Kwik Kian Gie School Of Business

[email:giselasherinn@gmail.com](mailto:giselasherinn@gmail.com)

²Kwik Kian Gie School Of Business

[email: prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id](mailto:prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id)



Hak cipta milik Kwik Kian Gie School of Business. Seluruh isi dan format ini adalah hak milik Kwik Kian Gie School of Business. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, mendistribusikan, atau melakukan tindakan lain yang melanggar hak cipta ini. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi kami di info@kwikkiangie.ac.id.

ABSTRACT

Tax aggressiveness is the act of planning taxes legally or illegally to reduce taxable profits. Taxes are the biggest contributor to current state revenues, therefore contributions from all taxpayers are urgently needed in carrying out tax-related obligations such as reporting and paying taxes in the form of SPT in an obedient manner. The theory underlying this research is agency theory and legitimacy theory. In addition, the theory underlying this research is tax, tax aggressiveness, corporate social responsibility, leverage, profitability, and tax resistance. Manufacturing companies in the consumer goods industry sector that are listed on the IDX for the 2019-2021 period are the subjects of this study. Purposive judgment sampling is the technique used and uses the SPSS 26 program. The results of this study are that CSR does not affect tax aggressiveness. Leverage does not affect tax aggressiveness. Meanwhile, it cannot be concluded that the relationship between profitability and tax aggressiveness cannot be concluded.

Keywords: *Tax Aggressiveness ;Corporate Social Responsibility; Leverage; Profitability*

Latar Belakang

Tindakan perencanaan pajak secara legal ataupun illegal demi menurunkan laba kena pajak disebut Agresivitas Pajak. Pajak saat ini merupakan sumber penerimaan negara, oleh karena itu sangat dibutuhkan kontribusi seluruh wajib pajak untuk dapat melaksanakan kewajibannya yang berkaitan dengan pajak seperti membayar pajak dan melaporkannya dalam bentuk SPT secara patuh (Chandra dan Sandra, 2020). Pada dasarnya, dalam melakukan perencanaan pajak (*tax planning*) tidak semua perusahaan bisa dianggap melakukan agresivitas pajak. Tidak semua Tindakan yang melanggar aturan bisa disebut sebagai agresivitas pajak, namun semakin banyak celah dan atau penghematan yang dilaksanakan perusahaan maka hal tersebut bisa dianggap Tindakan yang semakin agresif terhadap pajak. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba sebesar-besarnya. Untuk tercapainya tujuan perusahaan tersebut, maka perusahaan harus melihat

keinginan konsumen atau pasar (Hadisurja & Apriwenni, 2020 : 46) tanpa melakukan tindakan illegal dalam tindakan agresivitas pajak. Pada praktiknya, agresivitas pajak tidak dapat dianggap benar dengan berbagai alasan. Hal tersebut dikarenakan aktivitas yang terjadi karena adanya niat untuk mengurangi nilai kewajiban pajaknya, padahal adanya Tindakan tersebut bisa merugikan bagi perusahaan yang melakukannya karena adanya risiko tinggi berupa ancaman sanksi atau denda hingga penurunan harga saham yang berpengaruh pada reputasi perusahaan apabila tindakan tersebut diketahui. Adanya keuntungan dalam dalam agresivitas pajak bisa digunakan untuk membiayai investasi yang dapat memperbanyak tingkat keuntungan perusahaan di masa mendatang. Selain itu bagi manajemen, keuntungannya ialah dapat meningkatkan nilai kompensasi yang diterima dari pemilik ataupun pemegang saham perusahaan (Fadhilurrahman, 2021).

Salah satu fenomena penghindaran pajak yang mengakibatkan tindakan agresif



terhadap pajak di Indonesia dilaporkan oleh *Tax Justice Network* pada Rabu, 8 Mei 2019 dimana *British American Tobacco (BAT)* yang merupakan perusahaan tembakau diketahui melakukan tindak penghindaran pajak di Indonesia melalui PT Bentoel Internasional Investama dengan mengalihkan sebagian pendapatannya keluar dari Indonesia dengan pinjaman intra perusahaan, yang mengakibatkan kerugian negara sebesar US\$14 juta per tahunnya. Selain itu PT Bentoel juga membuat pinjaman yang berasal dari Inggris (Jersey) melalui perusahaan di Belanda supaya mengurangi potongan pajak pembayaran bunga di Indonesia. Hal ini dikarenakan negara Indonesia dan negara Inggris tidak memiliki perjanjian serupa dimana Indonesia-Inggris memiliki perjanjian penetapan tarif pajak atas bunga sebesar 10%. Potongan pajak yang diterapkan Indonesia dengan luar negeri mencapai 20%, tapi adanya perjanjian Indonesia dan Belanda maka tarif pajak menjadi 0%. Dari strategi penghindaran pajak yang sudah dilakukan, Indonesia rugi sebesar US\$ 1 juta/tahun. Pasalnya dari utang US\$ 164 juta, seharusnya Indonesia dapat mengenakan pajak sebesar 20% atau US\$ 33 juta atau US\$ 11 juta per tahun. Meskipun pada akhirnya antara Indonesia dan Belanda memperbarui perjanjannya sehingga pajak yang dikenakan Indonesia ialah 5%, dimana aturan ini dimulai pada Oktober 2017 yang berarti Bentoel telah menyelesaikan transaksi pembayaran utang bunga (kontan.co.id,2019).

Penulis memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dengan maksud melakukan pengujian lebih lanjut terhadap kasus yang terjadi di sektor industri barang konsumsi. peneliti memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi karena pada sektor industri barang konsumsi memproduksi produk yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, maka dari itu perusahaan dalam sektor ini jumlahnya cukup banyak dan juga dengan tingginya

permintaan masyarakat pada sektor ini maka berdampak pada kemampuan menghasilkan laba dan memungkinkan suatu perusahaan memanipulasi laba untuk menghindari kewajibannya. Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, yang terdaftar di website Bursa Efek Indonesia periode 2019 sampai dengan tahun 2021.

Teori Agensi

Menurut (Jensen dan Meckling, 1976:5), teori agensi merupakan teori yang menjabarkan korelasi suatu keagenan sebagai kontrak dimana salah satu pihak atau lebih (prinsipal) mempekerjakan tenaga profesional (agen) untuk mengerjakan suatu jasa atas nama mereka dengan melimpahkan dan mengamanatkan beberapa wewenang untuk pengambilan keputusan kepada agen. Oleh karena itu bisa dikatakan jika pihak prinsipal (pemilik) berlaku sebagai pihak yang mempersiapkan dana dan berbagai fasilitas untuk menunjang perputaran perusahaan. Sedangkan agen (manajemen) merupakan pihak yang berkewajiban mengolah dana yang telah diinvestasikan pemilik. Sehingga adanya kemungkinan agen melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan yang disajikan agar dapat memberikan keuntungan kepada dirinya (Prasetyo & Wilson, 2020).

Manajemen berkewajiban untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik. Sedangkan pemilik bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atau timbal balik atas kinerja yang telah dilakukan manajemen. Namun pada kenyataannya, manajemen selalu mendapatkan tekanan dari pemilik untuk bekerja lebih keras supaya perusahaannya mampu mendapatkan peningkatan pesat dan semakin besar. Adanya kesediaan manajemen dalam menjalankan hal tersebut bukan semata untuk mensejahterakan pemilik namun untuk memaksimalkan kesejahteranya (Sulistyanto, 2018:20-22).



Karena hal tersebut manajemen cenderung melakukan tindakan untuk kepentingannya sendiri. Sehingga manajemen dikhawatirkan melakukan perekrutan laba sesuai dengan keinginan lebih tinggi maupun lebih rendah. Terjadinya perekrutan laba menjadi sebuah upaya manajemen dengan menekan beban pajak supaya laba perusahaan dalam laporan keuangan meningkat.

Teori Legitimasi

Dalam teori legitimasi dijelaskan jika perilaku organisasi dipengaruhi oleh dimana organisasi tersebut beroperasi, sehingga dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan harus mencermati apa yang menjadi batasan yang telah ditentukan norma-norma serta nilai sosial yang berlaku di masyarakat sekitar perusahaan beroperasi. Dasar teori ini adalah adanya fenomena hubungan sosial antara masyarakat dan perusahaan dimana perusahaan harus memiliki tujuan yang selaras dengan nilai-nilai yang tertanam dalam sebuah masyarakat (Ratmono dan Sagala, 2015:19).

Selaras dengan pendapat Gray et al. (1995:53-54), adanya informasi terkait CSR yang diberikan perusahaan ke masyarakat merupakan salah satu cara perusahaan untuk berkomunikasi. Dalam (Hadisurja & Apriwenni, 2020 : 43) melalui CSR, perusahaan bisa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sekitar sehingga masyarakat dapat menerima dengan baik keberadaan perusahaan di lingkungannya. Teori legitimasi memberikan landasan bahwa perusahaan harus menghargai terhadap norma-norma yang ada di masyarakat atau dimanapun perusahaan berada, agar hal-hal yang tidak diinginkan dapat dihindari dan perusahaan mengalami peningkatan nilai perusahaan. Bagi masyarakat, agresivitas pajak dianggap sebagai aktivitas yang illegal, tak bertanggungjawab serta merusak citra perusahaan yang berdampak pada hilangnya kepercayaan masyarakat,

mengancam masyarakat dan keberlangsungan usaha. Maka dari itu pemenuhan kewajiban CSR sangat diperlukan oleh perusahaan.

Agresivitas Pajak

Dalam Fadli (2016:1208) perusahaan disebut melakukan tindakan agresivitas pajak, apabila terdapat usaha dalam menurunkan nominal pendapatan kena pajak dengan perencanaan pajak (*tax planning*) yang legal dilakukan dengan penghindaran pajak (*tax avoidance*) ataupun ilegal melalui penggelapan pajak (*tax evasion*). Agresivitas pajak dilakukan untuk mengurangi nilai pajak terutang perusahaan supaya perusahaan bisa memaksimalkan posisi finansial karena nilai pajak yang lebih kecil. Agresivitas pajak adalah bagian penghindaran atau penggelapan pajak, namun arahnya lebih kepada penghindaran pajak (*tax avoidance*) dimana perilaku tersebut legal dalam menurunkan nominal pajak yang harus disetorkan perusahaan.

Agresivitas pajak ini diukur menggunakan indikator ETR. ETR digunakan dalam penelitian ini karena penghindaran pajak juga bersumber dari beban pajak lainnya yang tergolong dapat dibebankan pada perusahaan. ETR diperoleh dengan total beban pajak penghasilan dibagi laba sebelum pajak (Handayani dan Murniati, 2023:5). Rumus ETR secara matematis adalah sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap masyarakat social. (Susila dan Prena, 2019:82) Disini perusahaan memberikan banyak informasi mengenai tanggung jawabnya terhadap sosial, karena hal tersebut dapat memberikan nilai yang lebih terhadap perusahaan. Masyarakat yang merasakan

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tanggung jawab dari perusahaan tersebut akan menilai bahwa perusahaan sangat memberikan perhatian kepada masyarakat dan tidak mementingkan laba (Susila dan Prena, 2019:82)

Di Indonesia CSR diatur oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Undang-undang ini menjadi dasar bahwa CSR bukan lagi sebuah wacana semata, melainkan merupakan *mandatory disclosure* (Yunistiyani dan Tahar, 2017:7).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) biasanya tersedia pada laporan tahunan didalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan, laporan sumber daya manusia, dan laporan kesehatan dan keselamatan kerja. Indonesia menjadikan *global reporting initiative 4.0* (GRI) sebagai konsep pelaporan informasi *corporate social responsibility* (CSR). Adapun rumus untuk menghitung CSRDI sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

CSRDi: Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i.

$\sum X_{yi}$: nilai 1 = jika item y diungkapkan; 0 = jika item y tidak diungkapkan.

N : jumlah keseluruhan item pengungkapan.

Leverage

Leverage adalah suatu peraturan pendanaan yang bisa menandakan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak. Leverage merupakan tingkat hutang yang dipakai perusahaan untuk pembiayaan (Dewi dan Noviari, 2017:836). Leverage juga bisa dianggap sebagai takaran risiko yang melekat pada suatu perusahaan dimana semakin besar tingkatan leverage maka tingkat risiko investasi yang dimiliki juga semakin besar. Apabila rasio leverage

rendah maka perusahaan memiliki risiko leverage yang rendah pula.

Penelitian ini menggunakan DAR sebagai proksi karena rasio ini membandingkan aktiva dan utang perusahaan yang mungkin memiliki resiko dan pengembalian dan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan (Siregar & Yasinta, 2015) Semakin besar rasio *leverage* maka semakin besar proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang-utangnya. Adapun rumus *leverage* :

$$Leverage = \frac{Total\ Debt}{Total\ Asset}$$

Profitabilitas

Dalam Kartini dan Apriwenni (2017 : 47) Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau investor,dengan memperoleh laba atau profit yang maksimum agar memaksimalkan nilai perusahaan. Rasio profitabilitas ini mencerminkan seberapa efektif perusahaan di kelola dan mencerminkan hasil bersih dari serangkaian kebijakan pengelolaan aset perusahaan (Mandjar dan Triyani, 2019: 56). Para investor melihat seberapa besar keuntungan yang dihasilkan perusahaan sehingga dapat melihat keuntungan dimasa depan apabila menanamkan modal di perusahaan tersebut.

Pengukuran profitabilitas menggunakan rasio ROA, ROA dapat membantu perusahaan yang telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik untuk mengukur efisiensi penggunaan modal secara keseluruhan dalam segala hal yang memengaruhi posisi atau keadaan keuangan sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri (Wijaya, 2019:43). dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Earning\ After\ Interest\ and\ Tax\ (EAIT)}{Total\ Assets}$$

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak

Hubungan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak terletak pada



tujuan utama perusahaan dalam memperoleh keuntungan maksimal tanpa mengurangi atau menghilangkan bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dapat mengurangi pajak penghasilan badan karena adanya pengeluaran untuk biaya CSR. Hal ini dilakukan perusahaan supaya dapat mengurangi laba fiskal dan mengurangi pajak yang terutang. Adanya hal tersebut menjaadi acuan bahwa kegiatan CSR bisa memengaruhi perusahaan guna memanfaatkan CSR sebagai strategi penghindaran pajak. Menurut (Susanto & Veronica, 2022:542) CSR bisa dijadikan sebagai pengurang pajak dan perisai dari efek buruk praktik penghindaran pajak yang agresif.

Semakin tinggi nilai CSR maka besaran tarif pajak (ETR) semakin rendah yang menyebabkan pajak yang di bayarkan perusahaan semakin kecil yang dimana perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak semakin tinggi, karena biaya CSR dapat mengurangi penghasilan kena pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Reminda (2017), CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak dan hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017) dimana CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

H₁ : Corporate Social Responsibility Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan dapat menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya dan investasi. Namun, semakin besar utang pada suatu perusahaan maka laba perusahaan setelah dikenakan pajak akan semakin kecil, sehingga kegiatan tersebut termasuk sebagai tindakan agresivitas pajak. Undang-Undang yang digunakan untuk mendukung tindakan tersebut adalah pada Pasal 6 ayat

(1) huruf a UU Nomor 36 tahun 2008 yang dimana berisi bahwa bunga adalah bagian dari biaya usaha dan bisa dikurangkan sebagai biaya (*deductible expense*) dalam perhitungan Pajak Penghasilan (PPh) badan. Penggunaan utang menyebabkan beban bunga yang di hitung sebagai *deductible expense*, oleh karena itu penggunaan beban bunga dimanfaatkan untuk meminimalkan nilai pajak.

Perusahaan yang memiliki utang yang lebih tinggi untuk pembiayaan operasionalnya, maka perusahaan tersebut memiliki tingkat tarif pajak (ETR) yang rendah. Karena perusahaan yang memiliki utang tinggi memanfaatkan bunga yang dihasilkan dari utang (bunga pinjaman) untuk mengurangi jumlah laba agar pajak yang dibayar rendah karena pada dasarnya bunga yang berasal dari utang (bunga pinjaman) dapat mengurangi laba sehingga beban pajak berkurang (Saputro dkk. 2018:715). Hal ini di perkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kuriah & Asyik (2016) dan Kurniawati (2019) dengan hasil penelitian *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

H₂ : *Leverage* Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan memandang pajak sebagai beban yang dapat menurunkan keuntungan perusahaan. Maka dari itu, sebagian besar perusahaan mencari cara yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur untuk menentukan efektifitasnya dalam pengelolaan perusahaan. Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Rasio ini sering dilihat pada laporan keuangan karena dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. ROA digunakan dalam melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan profit berdasarkan aset yang dimiliki. Semakin



besar ROA, maka semakin tinggi juga laba yang diperoleh perusahaan. Teori agency akan memacu para agen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Ketika laba yang diperoleh meningkat, maka jumlah pajak penghasilan akan tinggi sesuai dengan peningkatan keuntungan perusahaan sehingga besarnya keinginan perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk menghindari peningkatan jumlah beban pajak (Prasetyo dkk., 2022 : 411).

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Reminda (2017) dan Andhari & Sukartha (2017) dengan hasil penelitian profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

H1: Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak.

Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik observasi, teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan mengamati data sekunder seperti data yang diperoleh dari pihak lain sehingga peneliti tidak terikat atau berhubungan langsung dengan subjek penelitian. Perolehan data sekunder bersumber dari laporan keuangan serta laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang secara resmi terdapat pada Bursa Efek Indonesia dan atau website resminya yaitu www.idx.co.id. Data yang disajikan meliputi data dengan kurun waktu 3 tahun (2019-2021).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive judgement sampling*. *Purposive judgement sampling* adalah teknik dimana dijabarkannya ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode ini digunakan agar memudahkan peneliti dalam menjelajahi obyek yang akan diteliti.

Analisis Deskriptif

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ETR	87	0.0747 = 7.5%	0.9018 = 90.2%	26%	0.11
CSR	87	0.1176 = 11.8%	0.7647 = 76.5%	44%	0.18
LEV	87	0.1085 = 10.9%	0.7927 = 79.3%	39%	0.17
PROF	87	0.0005 = 0.05%	0.3580 = 35.8%	10%	0.08

Sumber : Output SPSS 26

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil sebagai berikut :

a. ETR (Agresivitas Pajak)

Pengujian diatas mendapatkan nilai minimum agresivitas pajak adalah 7.5% pada PT Wilmar Cahaya Indonesia tahun 2020, nilai maksimum 90.2% pada PT Sekar Bumi Tbk tahun 2019, rata-rata 26% dan standar deviasi sebesar 0,11.

b. CSR (Corporate Social Responsibility)

Pengujian diatas mendapatkan nilai minimum penerapan poin CSR adalah 11.8% pada PT Pasific Tbk 2019 dan, nilai maksimum 76.5% pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Phapros Tbk selama periode 2019-2021, rata-rata 44% dan standar deviasi sebesar 0,18.

c. LEV (Leverage)

Pengujian diatas mendapatkan nilai minimum penggunaan dana pinjaman /leverage adalah 10.9% pada PT Campina Ice Cream Industry Tbk tahun 2021, nilai maksimum 79% pada PT Pyridam Farma Tbk tahun 2021, rata-rata 39% dan standar deviasi sebesar 0.17.

d. PROF (Profitabilitas)

Pengujian diatas mendapatkan nilai minimum profitabilitas adalah 0,05% pada PT Sekar Bumi Tbk tahun 2019, nilai maksimum 35.8% pada PT Unilever



Indonesia Tbk tahun 2019, rata-rata 10% dan standar deviasi sebesar 0,08.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini hasil uji normalitas yang di dapatkan sebesar 0,00 maka dapat dikatakan bahwa nilai tidak berdistribusi normal. Namun karena jumlah data yang di uji berjumlah >30 maka penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal dalam *Central Limit Theorm* yang dikemukakan oleh Bowerman dkk. (2017:334). Berikut merupakan hasil pengujian dari SPSS dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov:

Tabel 3
Uji Normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	> 0.05	0.00
------------------------------	------------------	-------------

Sumber : Olah Data SPSS 26

Uji Heteroskedasitas

Pengujian Heteroskedasitas disini menggunakan uji Glejser. Model regresi dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya diatas 0,05. Dalam penelitian seluruh hasil pada uji heteroskedasitas nilainya lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas.

Tabel 4
Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig.	Keterangan
CSR	0.696	Tidak ada heteroskedasitas
LEV	0.198	Tidak ada heteroskedasitas
PROF	0.051	Tidak ada heteroskedasitas

Sumber : Olah Data SPSS 26

Uji Autokorelasi

Hasil pengujian didapatkan nilai *durbin-watson* sebesar 2.065. jumlah sampel sebanyak 87 (n=87), dan variabel independen sebanyak (k=3), maka diperoleh nilai dU sebesar 1.7232 dan dL=1.5808. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dikarenakan nilai d terletak diantara dU dan 4-dU (1.7232 (dU) < 2.065(dW) < 2.2768(4-dU)).

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Kriteria	dW	Keterangan
dU < dW < 4-dU	2.065	Tidak terdapat Autokorelasi

Sumber : Output SPSS 26

Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas (Ghozali, 2021:157). Dari hasil yang di dapat variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 6
Uji Multikolinearitas

Var	Tolerance	VIF	Penjelasan
CSR	0.785	1.274	Tidak terjadi multikolinearitas
LEV	0.772	1.295	Tidak terjadi multikolinearitas
PROF	0.866	1.154	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Olahan SPSS 26

Regresi Linear Berganda

Tabel 7
Regresi Linear Berganda

Variabel	B
(Constant)	0.291
CSR	-0.095
LEV	0.126
PROF	-0.378

Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, maka dapat disimpulkan persamaan model utama dalam perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, yaitu :

$$ETR = 0.291 - 0.095CSR + 0.126LEV - 0.378PROF$$

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Jl. Raya Cendek, Cendek, Kabupaten Tangerang, Banten 15133
 Telp. (021) 5431-1111, Fax. (021) 5431-1112
 Email: info@kwikkiangie.ac.id, www.kwikkiangie.ac.id



Uji F

Tabel 8
Uji F

Model	Kriteria	Sig.	Keterangan
1 Regression	Sig. < 0,05	0,004b	Tolak H ₀

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig. dalam model regresi kurang dari 0,05, yaitu sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa H_a dapat diterima yang dimana seluruh variabel independen, yaitu *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak.

Uji t

Tabel 9
Uji t

Variabel	B	Sig 1 tailed	Keterangan
CSR	(0.095)	0.175	Tidak tolak H ₀
LEV	0.126	0.092	Tidak tolak H ₀
PROF	(0.378)	0.020	Tolak H ₀

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat dijabarkan bahwa :

(1) Pada variabel *corporate social responsibility* nilai sig. (1-tailed) sebesar 0,175 dimana lebih besar dari $\alpha = 0.05$ dan beta sebesar -0.095. Hal ini menunjukkan hipotesis H_{a1} ditolak atau tidak tolak H₀. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

(2) Pada variabel *leverage* nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.092 dimana lebih besar dari $\alpha = 0.05$ dan beta sebesar 0.126. Hal ini menunjukkan hipotesis H_{a1} ditolak atau tidak tolak H₀. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

(3) Pada variabel profitabilitas nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.020 dimana lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ dan beta sebesar -0.378. Hal

ini menunjukkan hipotesis H_{a1} diterima atau tolak H₀. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 10
Uji R-Square

Model	Kriteria	Adjusted R Square
1	$0 \leq R^2 \leq 1$	0,114

Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai *Adjusted R Square* dalam model regresi adalah sebesar 0,114. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini, yaitu *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas mampu menjelaskan variabel dependennya yaitu agresivitas pajak sebesar 11,4%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 88,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

CSR diukur menggunakan CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) dimana semakin besar nilai CSRDI menunjukkan tingkat kewajiban perusahaan dalam menjalankan CSR semakin tinggi. Pada hipotesis awal dikatakan adanya pengaruh positif karena perusahaan dapat memanfaatkan CSR dalam mengurangi laba fiskal sehingga CSR dapat digunakan sebagai proksi dalam melakukan penghindaran pajak. Hasil pengujian untuk hipotesis pertama menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,175 dan memiliki nilai koefisien negatif. Nilai sig CSRDI sebesar 0,175 lebih besar dari 0,05 sehingga tidak menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen CSRDI terhadap variabel dependen ETR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh A'yun

Haklaimarkes IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Diteliti dan diterbitkan oleh Kwik Kian Gie Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 a. Pengutipan harus menyebutkan sumber dan tidak mengurangi pentingnya pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



(2019) dan Salmun (2018) dimana CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pada penelitian ini CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang berarti dapat dinyatakan bahwa tinggi atau rendahnya CSR yang dilakukan perusahaan tidak berkaitan dengan agresivitas pajak yang terjadi di perusahaan tersebut, melainkan agresivitas pajak dapat terjadi karena dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian untuk hipotesis kedua menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,092 dan memiliki nilai koefisien positif. Nilai signifikansi DAR sebesar 0,092 lebih besar dari 0,05 sehingga tidak menunjukkan adanya pengaruh variabel independen DAR terhadap variabel dependen ETR. Tidak adanya pengaruh antara DAR terhadap agresivitas pajak dikarenakan perusahaan menggunakan utang bukan untuk menghindari pajak melainkan untuk membiayai kegiatan operasional. Hasil penelitian ini didukung oleh Suryani (2020) dan Anindyka, Pramoto & Kurnia (2018) bahwa *Debt to Asset Ratio* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pada penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang berarti dapat disimpulkan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* pada suatu perusahaan tidak berkaitan dengan agresivitas pajak yang terjadi di perusahaan tersebut, melainkan agresivitas pajak dapat terjadi karena dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Nilai signifikansi ROA sebesar 0.020 lebih kecil dari 0.05 sehingga menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif ROA terhadap ETR, dimana berarti terdapat pengaruh signifikan negatif profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Artinya ketika profitabilitas yang diukur menggunakan

aset semakin tinggi, maka menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang juga semakin rendah, karena perusahaan semakin termotivasi untuk melakukan perencanaan pajak yang lebih baik karena kinerja keuangan perusahaan yang memuaskan dilihat dari ROA yang sehat sehingga praktik perusahaan dalam kegiatan agresivitas pajak menurun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh Suryani (2020) dan A'yun (2019) yang mengemukakan bahwa *Return On Asset* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh variabel CSR, *leverage* dan profitabilitas terhadap variabel agresivitas pajak maka dengan ini dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. Tidak terdapat cukup bukti *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
2. Tidak terdapat cukup bukti *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
3. Tidak dapat disimpulkan hubungan antara profitabilitas pengaruhnya terhadap agresivitas pajak.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
Disarankan lebih mengedepankan kegiatan anti korupsi dan meningkatkan profitabilitas tanpa menghilangkan kewajiban dalam membayar pajak. Serta



tidak memanfaatkan utang atau utang bunga guna mengurangi beban pajak. Sehingga tidak terjadinya kegiatan agresivitas pajak.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Melihat nilai *adjusted R-Square* yang cukup rendah yaitu 11,4% dan 88,6% masih dipengaruhi oleh faktor lain maka disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lainnya seperti, likuiditas, *good corporate governance*, ukuran perusahaan, manajemen laba dan lain-lain.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi serta informasi yang cukup untuk melakukan penelitian terkait tindakan agresivitas pajak.

4. Bagi Direktorat Jendral Pajak

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan evaluasi atau masukan bagi Direktorat Jendral Pajak guna menertibkan dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan agar perusahaan tidak menghindari atau melakukan penggelapan terhadap pajak.

Daftar Pustaka

Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Inventory Intensity*, *Capital Intensity* Dan *Leverage* Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3).

Bowerman, B. L., O'connell. Richard T, & Murphee, E. S. (2017). *Business Statistics In Practice : Using Modeling, Data, And Analytics*.

Chandra, C., & Sandra, A. (2020). Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. 5(Desember), 153–168. <https://www.kemenkeu.go.id>

Dewi, N. L. P. P., & Noviari, N. (2017). Dewi Dan Noviari. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(1), 836.

Fadli, I. (2016). Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Komisaris independen, Manajemen Laba, Dan Kepemilikan Institusional terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. 1208.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). *Corporate Social And Environmental Reporting: A Review Of The Literature And A Longitudinal Study Of Uk Disclosure*.

Hadisurja, C., & Apriwenni, P. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Keuangan*, 9(1), 46.

Jensen, M. C., Meckling, W. H., Benston, G., Canes, M., Henderson, D., Leffler, K., Long, J., Smith, C., Thompson, R., Watts, R., & Zimmerman, J. (1976). *Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. In Journal Of Financial Economics (Issue 4). Harvard University Press. Http://Hupress.Harvard.Edu/Catalog/Jenthf.Html*

Kartini, R. D., & Apriwenni, P. (2017). Dampak Perencanaan Pajak, Kebijakan Hutang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 47.

Kuriyah, H. L., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak.

Kurniawati, E. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Profita*, 12(3), 408. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.03.004>

Mandjar, L., & Triyani, Y. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Manajemen*, 8(1), 56.

Mustika. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran



Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Capital Intensity* Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak. *Jom Fekon*, 4(1).

Prasetyo, A., Sandra, A., Afrianti, R. I., Triyani, Y., & Limarga, A. G. (2022). Determinan Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Sebelum Masa Pandemi Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4), 411.

Prasetyo, A., & Wilson. (N.D.). Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Kategori Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017).

Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *Jurnal Nominal*, 4(2), 19.

Reminda, A. D. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jom Fekon*, 4(2).

Saputro, A. D., Pratomo, D., & Kurnia. (2018). Pengaruh *Leverage*(DAR), *Capital Intensity* Dan *Inventory Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*. *E-Proceeding Of Management*, 5(1), 715.

Stegar, & Yasinta, M. (2015). Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Sulistiyanto, S. (2018). *Manajemen Laba (Teori Dan Model Empiris)* (M. A. Listyandari & P. Eneste, Eds.; 2nd Ed.) Pt Grasindo.

Susanto, A., & Veronica, V. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap

Praktik Penghindaran Pajak Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 6(1), 541–553.

<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.551>

Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (Jak)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>

Wijaya, R. (2019). Rendi Wijaya Analisis Perkembangan *Return On Assets* (ROA) Dan *Return On Equity* (ROE) Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Analisis Perkembangan *Return On Assets (Roa)* Dan *Return On Equity (Roe)* Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 43. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i1.941>

Yunistiyani, V., & Tahar, A. (2017). *Corporate Social Responsibility* Dan Agresivitas Pelaporan Keuangan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 7.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telaah diterima dari

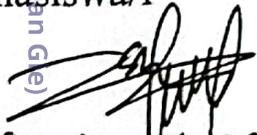
Nama Mahasiswa / I : Sherina Wuga

NIM : 38180150 Tanggal Sidang : 15 April 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage
Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan
Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2021

Jakarta, 8 / Mei 2023

Mahasiswa/I


(...Sherina Wuga...)

Pembimbing


(.....PRIMO ABRIWENNI.....)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Ge)

Institut Bisnis

