

The Influence of Corporate Social Responsibility, Debt Levels and Company Size on Tax Aggressiveness on Consumer Goods Industry Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2018 - 2020 Period

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Tingkat Utang Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2020

Siska¹, Halimahtussakdiah^{2*}, Sannia Rifka Harahap³

Universitas Islam Riau^{1,2,3}

[halimah@eco.uir.ac.id*](mailto:halimah@eco.uir.ac.id)

ABSTRACT

The purpose of the study was to examine and analyze the effect of Price, Promotional Coupons and Consumer Satisfaction on Re-interest in using GO-JEK Transportation Services on Unpri Medan Students. Population; totaling 197 students and the number of samples as many as 132 students. technique; sampling; used is simple random sampling. The results showed that partially and simultaneously Price, Promotional Coupons and Consumer Satisfaction had a positive and significant simultaneous effect on Re-interest in using GO-JEK Transportation Services at Unpri Medan Medan Students.

Keywords: *Price, Promotional Coupons, Consumer Satisfaction, Interest in Using Go-Jek Transportation Services*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id. Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang terdiri dari 53 perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program Eviews 9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, tingkat utang tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun secara simultan *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 27.50%, sedangkan sisanya 72,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diukur dalam model regresi ini.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Tingkat Utang, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak*

1. Pendahuluan

Penerimaan (pendapatan) negara merupakan dasar dari siklus kemajuan suatu negara. Penerimaan negara terdiri dari penerimaan dalam negeri maupun penerimaan yang diperoleh dari pihak ketiga dan digunakan untuk mendanai pengeluaran negara. Penerimaan pajak dan penerimaan bukan pajak termasuk dalam pendapatan yang dihasilkan di dalam negeri.

Pajak menghasilkan penerimaan negara paling banyak dan menyumbang persentase penerimaan negara tertinggi setiap tahunnya (Prabowo, 2017). Pajak dapat membantu negara dalam memenuhi kebutuhannya, baik untuk pembangunan maupun untuk kesejahteraan rakyat. Dalam Undang – Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Nomor 16 Tahun 2009 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa Pajak adalah pembayaran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan usaha yang bersifat memaksa

berdasarkan undang-undang, dengan tidak ada imbalan secara langsung, dan dipergunakan negara untuk keperluan dan kesejahteraan rakyat.

Pada hasil dari penelitian BPS pada tahun 2018 – 2020 yang menunjukkan tingginya pendapatan negara atas pajak kian meningkat. Penerimaan pajak di Indonesia pada tahun 2018 mencapai Rp1.518.789,80 milyar dan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2019 yang mencapai Rp1.546.141,90 milyar. Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang menyebabkan penerimaan pajak menjadi Rp1.404.507,50 akibat dari adanya pandemi Covid-19 (bps.go.id). Terlepas dari kenyataan bahwa pendapatan negara melalui pajak kian meningkat, tetapi tujuan APBN per-tahunnya tidak pernah mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini dikarenakan yang terjadi di Indonesia adalah tidak adanya hasrat wajib pajak dalam membayar pajak (Lubis, 2020). Untuk pelaku usaha, pajak dipandang sebagai masalah usaha. Oleh sebab itu normal bagi pelaku usaha untuk berupaya menghindari dan meminimalisir dari beban perpajakan. Langkah dari manajemen dalam hal mengurangi beban pajak perusahaan adalah dengan melakukan agresivitas pajak.

Agresivitas pajak dapat diartikan sebagai segala upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk mengurangi besarnya beban pajak dibandingkan dengan yang seharusnya dibayar oleh pelaku usaha. Penghindaran pajak dapat dilakukan baik secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*). Penghindaran pajak yang dilakukan secara legal adalah dengan memanfaatkan celah dalam Undang-Undang, tetapi perbuatan tersebut tidak melanggar Undang-Undang itu sendiri, sedangkan penghindaran pajak yang dilakukan secara ilegal adalah dengan melakukan penggelapan pajak yang jelas-jelas melanggar Undang-Undang. Meskipun *tax avoidance* bersifat legal namun dapat menimbulkan kedilemaan tersendiri karena pajak merupakan aspek penting bagi negara yang jika tidak dibayarkan akan menimbulkan kerugian besar, sedangkan bagi perusahaan profitabilitas adalah tujuan utama sehingga beban pajak akan membuat tujuan itu tidak tercapai. Oleh sebab itu, perusahaan akan berupaya melakukan penghindaran pajak guna mempengaruhi keuntungan sehingga tujuan juga akan tercapai. Hal ini juga didukung oleh fenomena penghindaran pajak di Indonesia.

Fenomena agresivitas pajak di Indonesia yang terjadi diantaranya adalah pada perusahaan rokok raksasa dunia British American Tobacco (BAT) melalui PT. BantoellInvestama. Lembaga Tax Justice Network pada Rabu, 08 Mei 2019 melaporkan perusahaan tersebut telah melakukan penghindaran pajak yang berdampak pada negara Indonesia menderita kerugian US\$ 14 juta per tahun. Terdapat dua cara mengalihkan pendapatannya keluar dari Indonesia guna menghindari kewajibannya dalam membayar pajak yaitu melalui pinjaman intra-perusahaan antara tahun 2013 dan 2015 yang mengakibatkan Indonesia kehilangan pendapatan bagi negara sebesar US\$ 11 juta per tahun dan pembayaran kembali ke Inggris untuk royalti, ongkos dan layanan dengan total US\$ 19,7 juta per tahun. Biaya tersebut untuk membayar royalti ke BAT Holdings Ltd sebesar US\$ 10,1 juta, membayar ongkos teknis dan konsultasi kepada BAT Investment Ltd sebesar US\$ 5,3 juta dan membayar biaya IT sebesar US\$ 4,3 juta. Dengan demikian pajak perusahaan rata-rata atas pembayaran setiap tahun dengansuku bunga 25% sebesar US\$ 2,5 juta untuk royalti, US\$ 1,3 juta untuk ongkos dan US\$ 1,1 juta untuk biaya IT. Karena adanya perjanjian Indonesia-Inggris maka potongan pajak royalti atas merk dagang sebesar 15% dari US\$ 10,1 juta atau sebesar US\$ 1,5 juta. Sedangkan biaya layanan teknis tidak dikenakan pemotongan. Biaya IT tidak disebutkan dalam perjanjian, namun karena mirip dengan royalti, laporan tersebut mengasumsikan potongan pajak biaya IT sebesar US\$ 0,7 juta. Sehingga pendapatan yang hilang dari Indonesia mencapai US\$ 2,7 juta per tahun karena pembayaran kepada perusahaan-perusahaannya di Inggris (kontan.co.id).

Menurut (Mustika, 2017) faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak adalah *corporate social responsibility*, dan kepemilikan keluarga namun dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *capital intensity* tidak

berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian berbeda dari Setyoningrum & Zulaikha (2019) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan publik merupakan faktor yang memengaruhi agresivitas pajak dan *corporate social responsibility, leverage*, kepemilikan asing bukan merupakan faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Sedangkan menurut (Ramadani & Sri, 2020) faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak adalah *corporate social responsibility, leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan dan komisaris independen. Karena masih banyaknya perbedaan hasil dari peneliti-peneliti sebelumnya, penulis memilih untuk mengambil beberapa variabel untuk diteliti, yaitu variabel *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai proses pemberian informasi dalam rangka memberikan tanggung jawab sosial. Kesadaran perusahaan akan pentingnya pelaksanaan CSR ke dalam kegiatan operasionalnya sangat bervariasi antara satu perusahaan ke perusahaan lainnya. Jika perusahaan menyadari pentingnya CSR, mereka akan menyadari pula pentingnya kontribusi perusahaan dalam membayar pajak (Lubis, 2020). Seperti fenomena pelanggaran CSR yang terjadi pada PT. Indofood Tbk di Medan tahun 2019, dimana ditemukannya limbah B3 (Bahan Berbahaya Beracun) yang berserakan di lingkungan sekitar perusahaan. PT. Indofood Tbk juga didapati tidak membangun Tempat Pembuangan Sementara (TPS) dari sisa produksi yang akan dibuang. Hal tersebut melanggar konsep dari CSR yang tidak memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial yang merugikan banyak pihak. Penyebab adanya kasus-kasus mengenai CSR ditimbulkan sebagai akibat dari adanya ketidakseriusan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR terutama berkaitan dengan kualitas CSR yang harus selaras. Pada riset yang telah dipublikasikan di *Social Responsibility Journal* pada April 2019, tingkat pengungkapan CSR dalam laporan dari 75 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dipilih secara acak sebagai sampel kurang dari 40%. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata hanya 36,74% dari kesembilan item pengungkapan yang dilaporkan oleh perusahaan sampel. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan dan kepatuhan CSR di Indonesia masih rendah (Cahaya, 2020). Kesiapan perusahaan dalam pengungkapan CSR ke dalam aktivitas operasionalnya berbeda-beda. Jika perusahaan mengakui pentingnya pengungkapan CSR, ia juga akan mengakui pentingnya kontribusi perusahaan terhadap perpajakan. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki tujuan yang sama dengan tanggung jawab perpajakan, yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan dan kepedulian terhadap lingkungan sosial (Firdayanti, 2020).

Pengungkapan CSR tentunya menimbulkan pengeluaran bagi perusahaan. Hal tersebut karena perusahaan harus mengeluarkan dana untuk melaksanakan kewajibannya. Perlakuan atas biaya yang dikeluarkan perusahaan juga akan memengaruhi jumlah penghasilan kena pajak untuk menentukan besarnya pajak penghasilan (Wijaya & Felicia, 2021). Perusahaan mulai mencari cara untuk memotong pajak perusahaan melalui tindakan agresivitas pajak untuk menghindari kedua biaya tersebut. Perilaku ini tentu tidak selaras dengan standar masyarakat. Akibatnya, demi menyembunyikan tindakan ini untuk mengubah pandangan dan memenangkan legitimasi dari masyarakat, perusahaan memenuhi kewajiban sosialnya yang lebih tinggi kepada masyarakat. Keputusan pimpinan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak tidak dilakukan secara kebetulan. Sama halnya dengan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan, manajer mungkin memiliki alasan khusus untuk mengungkapkan CSR. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan mungkin bisa menjadi salah satu metode bagi manajemen untuk menghindari pembayaran pajak (Tiarawati, 2015). Semakin banyak perusahaan melakukan tanggung jawab sosial, maka semakin tinggi pula opini publik terhadap perusahaan tersebut. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda hubungan antara agresivitas pajak perusahaan terhadap CSR. Mustika (2017) menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR.

Sedangkan hasil penelitian dari (Setyoningrum dan Zulaikha, 2019) menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR.

Faktor lainnya yang bisa memberi pengaruh terhadap agresivitas pajak adalah tingkat utang. *Leverage* (tingkat utang) dihitung dengan membandingkan total kewajiban perusahaan dengan total asetnya. Peningkatan jumlah utang akan mengakibatkan peningkatan beban bunga yang harus dibayar perusahaan. Beban bunga pinjaman merupakan beban pengurang atau dapat digunakan sebagai pengurang penghasilan kena pajak. Hal inilah yang mendorong perusahaan induk multinasional mengambil kebijakan untuk lebih banyak menyuntik modal kerja kepada anak perusahaannya yang berada di negara lain dalam bentuk pinjaman (*debt*) daripada dalam bentuk modal (*equity*). Seperti fenomena pada PT. Bantoele Investama yang mana induk perusahaan yaitu British American Tobacco memberikan pinjaman intra-perusahaan antara tahun 2013 dan 2015 untuk menghindari pajak yang menyebabkan Indonesia mengalami kerugian sebesar US\$ 11 juta per tahun. Berdasarkan kewenangan yang diperoleh pada Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 (UU PPh), Menteri Keuangan menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 169/PMK.010/2015 tentang Penentuan Besarnya Perbandingan Antara Utang dan Modal Perusahaan untuk Keperluan Penghitungan Pajak Penghasilan yang salah satu hal pokok yang diatur adalah besarnya perbandingan utang dan modal paling tinggi empat banding satu (4:1) (Tambunan, 2015). Jadi, dapat disimpulkan bahwa tingkat utang perusahaan memengaruhi agresivitas pajaknya. Menurut penelitian Hidayat & Eta (2018) tingkat utang yang diukur dengan menggunakan rasio utang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyoningrum & Zulaikha (2019) tingkat utang berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala pengklasifikasian besar-kecilnya perusahaan melalui total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan sebagainya. Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik penting. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan (Ramadani & Sri, 2020). Namun, total aset lebih digunakan untuk menunjukkan ukuran perusahaan karena dianggap memiliki tingkat stabilitas yang lebih tinggi daripada proksi lain dan konsisten di setiap periode. Semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin produktif pula perusahaan tersebut. Perusahaan kecil ditunjukkan dengan kekayaan bersih yang dimiliki lebih dari 50 juta sampai 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300 juta sampai 2,5 milyar. Perusahaan menengah ditandai dengan perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 500 juta sampai 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5 milyar sampai 50 milyar. Sedangkan perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50 milyar, hal ini berdasarkan pada UU RI No.20 Tahun 2008. Aset yang dimiliki perusahaan sebanding dengan ukurannya dimana semakin besar aset yang dimiliki, semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun, aset akan didepresiasi setiap tahun yang mengakibatkan laba bersih akan berkurang sehingga beban pajak nantinya juga mengalami pengurangan seiring dengan depresiasi tersebut. Penjelasan ini sejalan dengan penelitian pada PT. Unilever dalam depresiasi aset nya, yang mana dengan memilih metode saldo menurun ganda akan menghasilkan beban periodik yang terus menerus sepanjang estimasi umur manfaat aset dan akan membuat laba perusahaan kecil sehingga beban pajak nantinya juga akan semakin rendah (Kumaratih, 2015) dan juga dapat dilihat umumnya perusahaan yang berupaya untuk menghindari pajak adalah perusahaan besar seperti PT. Coca Cola Indonesia, PT. Akasha Wira International, PT. Unilever, PT. Indofood Sukses Makmur, dan lain-lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyoningrum & Zulaikha (2019) terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadani & Sri

(2020) menunjukkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini memilih objek perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2020. Pemilihan objek penelitian didasarkan pada fenomena penghindaran pajak yang dipraktikkan oleh pelaku usaha sektor industri barang konsumsi di Indonesia. Selain itu, sektor industri barang konsumsi adalah sektor yang memproduksi kebutuhan sehari-hari masyarakat umum. Penulis juga bermaksud untuk memeriksa kembali variabel yang memengaruhi agresivitas pajak dengan menguji kembali hasil studi yang tidak konsisten dari peneliti sebelumnya karena terdapatnya keterbatasan sampel dan tahun yang diteliti sebelumnya.

2. Tinjauan Pustaka

Agresivitas Pajak

Pajak dianggap sebagai biaya bagi suatu perusahaan. Perusahaan berkewajiban membayar pajak penghasilan kepada pemerintah sebagai suatu perwujudan atas penyisihan aset dalam bentuk pembayaran pajak dari perusahaan ke pemerintah. Namun perusahaan akan berusaha melakukan perencanaan pajak sedemikian rupa agar utang pajak baik pajak penghasilan maupun pajak lainnya berada dalam posisi yang minimal (Septiawan et al, 2021). Minimalisasi beban pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari yang masih berada dalam bingkai peraturan perpajakan sampai dengan yang melanggar peraturan perpajakan karena mengingat beban pajak yang dikenakan kepada pelaku usaha tidaklah kecil dimana tarif yang ditetapkan dalam Undang-undang No.36 Tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-undang No.7 Tahun 1983 (pasal 17) tentang pajak penghasilan badan yaitu sebesar 25% untuk pajak badan. Namun, dalam PP No. 30 Tahun 2020 (pasal 2) disebutkan bahwa tarif pajak penghasilan yang dikenakan atas penghasilan kena pajak bagi wajib pajak badan dan bentuk usaha tetap dalam negeri adalah sebesar 22% untuk tahun pajak 2020 dan 2021. Hal ini akan membuat perusahaan melakukan tindakan yang akan mengurangi beban pajak. Sebagaimana diamanatkan pasal 12 ayat 1 Undang-Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan bahwa setiap Wajib Pajak berkewajiban atas pembayaran pajak terutang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, tidak tergantung pada penerbitan surat ketetapan pajak, sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia adalah *self-assessment*, yang berarti perusahaan melakukan penghitungan, pembayaran dan pelaporan sendiri atas jumlah pajak terutang sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan. Sejalan dengan *political cost hypothesis*, sistem seperti ini menyiratkan adanya peluang bagi perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan ke negara. Kondisi ini sejalan dengan Firmansyah & Estutik (2021) yang menyatakan bahwa sistem *self-assessment* merupakan akar penyebab perilaku *tax avoidance*, *tax evasion* dan *tax rearrange*. Dimana *tax avoidance* adalah penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dengan memanfaatkan celah-celah yang terdapat pada undang-undang, sedangkan *tax evasion* adalah tindakan penyelundupan pajak yang ilegal yang tidak berada pada koridor undang-undang dan *tax rearrange* adalah pengaturan pajak agar pajak yang dibayarkan tidak lebih dari jumlah yang seharusnya menjadi kewajiban perusahaan. Selanjutnya hasil penelitian tersebut dikuatkan oleh hasil analisis (Wardani & Nurhayati, 2020) yang mengemukakan bahwa sistem *self-assessment* berpengaruh positif terhadap niat melakukan penghindaran pajak.

(Lanis & Richardson, 2012) menguraikan definisi agresivitas pajak secara luas yaitu sebagai manajemen pendapatan kena pajak yang menurun melalui kegiatan perencanaan pajak. Dengan demikian agresivitas pajak mencakup aktivitas perencanaan pajak yang dilakukan secara sah atau yang berada pada *grey area*. Definisi ini sejalan dengan konsep yang diajukan oleh (Martinez et al, 2017) bahwa tingkat agresivitas pajak dapat didefinisikan

berdasarkan sejauh mana praktik perencanaan pajak dapat mengarah pada pengurangan kewajiban pajak, serta tergantung pada intensitas dan legalitas bagaimana praktik-praktik ini dilakukan, yang secara pragmatis terwujud dalam besarnya pengurangan pajak eksplisit. Pendekatan ini sesuai dengan definisi Ramadani & Sri (2020), agresivitas pajak didefinisikan suatu tindakan yang ditujukan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong atau tidak tergolong *tax evasion* yang apabila melebihi batas atau melanggar hukum dan ketentuan yang berlaku maka aktivitas tersebut dapat tergolong ke dalam penggelapan pajak (*tax evasion*). Dengan demikian, agresivitas pajak adalah perencanaan pajak secara luas yang mengarah pada pengurangan jumlah pajak yang dibayar. Selain itu, agresivitas pajak merupakan tindakan perusahaan yang agresif dalam merespon kewajiban perpajakan kepada pemerintah sehingga jumlah pajak yang dibayarkan kepada negara semakin sedikit.

Penghindaran pajak dapat dilakukan secara legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*). Meskipun tindakan penghindaran pajak melanggar peraturan, semakin banyak celah yang dimanfaatkan, semakin agresif perusahaan terhadap pajak (Suyanti & Supramono, 2012). Terdapat beberapa pengukuran penghindaran pajak menurut (Astuti & Y. Anni, 2016) yang diadopsi dari Hanlon & Heitzman yaitu:

Tabel 1. Pengukuran Penghindaran Pajak

| Pengukuran | Cara Perhitungan |
|---------------------------|--|
| GAAP ETR | $\frac{\text{worldwide total income tax expense}}{\text{worldwide total pre-tax accounting income}}$ |
| Current ETR | $\frac{\text{worldwide current income tax expense}}{\text{worldwide total pre-tax accounting income}}$ |
| Cash ETR | $\frac{\text{worldwide cash taxes paid}}{\text{worldwide total pre-tax accounting income}}$ |
| Long-run cash ETR | $\frac{\text{worldwide cash taxes paid}}{\text{worldwide total pre-tax accounting income}}$ |
| ETR Differential | Statutory ETR - GAAP ETR |
| DTAX | Error term from the following regression: $\text{ETR differential} \times \text{Pre-tax book income} = a + b \times \text{Control} + e$ |
| Total BTD | $\text{Pre-tax book income} - ((\text{U.S. CTE} + \text{Fgn CTE}) / \text{U.S. STR}) - (\text{NOLt} - \text{NOLt-1})$ |
| Temporary BTD | $\text{Deferred tax expenses} / \text{U.S. STR}$ |
| Abnormal total BTD | $\text{Residual from BTD} / \text{TAit} = \beta \text{TAit} + \beta \text{mi} + \text{eit}$ |
| Unrecognized tax benefits | Discloses amount post-FIN48 |
| Tax shelter activity | Indicator variable for firms accused of engaging in a tax shelter |
| Marginal tax rate | Simulated marginal tax rate |

Sumber: Astuti & Y. Anni, *Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2001 – 2014*, Jurnal Akuntansi, 2016 Hal. 377

Effective tax rate menurut Lanis & Richardson (2012) adalah proporsi tarif pajak perusahaan. ETR adalah rasio beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak. Hal ini sesuai dengan pengukuran penghindaran pajak dengan ETR yang di adopsi dari penelitian Dyreng, dkk yaitu ETR dihitung dengan cara membagi beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Menurut Lanis & Richardoson (2012), ada berbagai alasan untuk menggunakan ETR sebagai ukuran agresivitas pajak, yaitu banyaknya penelitian sebelumnya yang menetapkan ETR dalam pengukuran keagresivitasan pajak dan juga refleksi antara perhitungan laba akuntansi dan laba fiskal yang lebih jelas. Sehingga ETR dapat digunakan untuk menilai penghindaran pajak perusahaan.

Adapun rumus *Effective Tax Rates* (ETR) yang menjadi proksi utama dalam penelitian ini menurut Lanis & Richardson (2012) adalah:

$$\text{income tax expenses}$$

$$ETR = \frac{\text{Earning before tax}}{\text{Earning before tax}}$$

ETR menunjukkan persentase dari total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dibagi dengan total pendapatan sebelum pajak perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Kajian dan penilaian juga digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan, serta untuk memantau dan mengevaluasi keberhasilan program CSR. Atas dasar ini, evaluasi kuantitatif dan kualitatif harus diprioritaskan. Kajian dan Penilaian itu meliputi:

- a. Penilaian Sosial dan Lingkungan untuk Pengambilan Keputusan Investasi (*Social and Environmental Aspects of Investment Screening*)
- b. Penilaian Dampak Sosial dan Lingkungan Proyek (*Social and Environmental Impacts Assessment*)
- c. Survei Data Dasar (*Baseline Survey*)
- d. Penilaian Kebutuhan Masyarakat (*Community Needs Assessment*)
- e. Pemetaan Isu Strategis dan Pemangku Kepentingan (*Strategic Issues and Stakeholder Mapping*)
- f. Kajian Kebijakan dan Manajemen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Review on CSR Policy and Management*)

Menurut (Budiasni & Gede, 2020) CSR merupakan bagian dari komitmen suatu perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan etika berbisnis. Etika bisnis yang dimaksudkan yaitu perusahaan tidak mengabaikan aspek lingkungan sekitar. Komitmen yang dimiliki perusahaan terbentuk berdasarkan kesadaran perusahaan terhadap kewajiban yang dimiliki. Kewajiban perusahaan salah satunya ialah mengutamakan kepentingan *stakeholder* perusahaan.

Selain itu, CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya. Kontribusi yang diperoleh diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar. Kontribusi dari masyarakat akan menambah nilai perusahaan di mata masyarakat. Akibatnya, peluang keberlanjutan perusahaan di masa depan lebih terjamin. Definisi di atas dapat digunakan untuk menyoroti tiga dimensi utama

Corporate Social Responsibility:

- a. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen, kontribusi, gaya manajemen bisnis, dan proses pengambilan keputusan perusahaan
- b. Komitmen, kontribusi, pengelolaan usaha, dan pengambilan keputusan perusahaan berdasarkan akuntabilitas, dengan mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan, serta memenuhi persyaratan etika, hukum, dan profesional
- c. Perusahaan memiliki dampak yang signifikan bagi para pemangku kepentingan, khususnya masyarakat sekitar.

Menurut (Sultoni, 2020) terdapat berbagai alasan yang mendasari perusahaan melakukan tanggung jawab sosial adalah:

- a. Keterlibatan sosial perusahaan di masyarakat merupakan jawaban atas seruan untuk peka terhadap masalah-masalah sosial di masyarakat

- b. Meningkatkan nama baik perusahaan, serta simpati dari masyarakat, karyawan, dan investor, sehingga umpan baliknya bersifat ekonomis
- c. Menghindari intervensi pemerintah dalam perlindungan masyarakat, sekaligus meningkatkan respon positif terhadap norma dan nilai masyarakat
- d. Sesuai dengan kehendak investor, membantu program pemerintah seperti konservasi, pelestarian budaya, peningkatan pendidikan, lapangan kerja, dll.

Namun pada kenyataannya tidak sedikit badan usaha atau perusahaan enggan untuk melaksanakan *corporate social responsibility*, padahal sudah dirancang didalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang menerangkan bahwa *corporate social responsibility* adalah keharusan bagi perusahaan yang wajib dilaksanakan, tetapi jika dilihat dari kacamata PSAK, *corporate social responsibility* masih dianggap hal yang tidak wajib dilaksanakan atau masih dalam bentuk sukarela bagi perusahaan sebagaimana dinyatakan pada paragraf 15 Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2012). Akibatnya, jika dibandingkan dengan negara lain, pengungkapan CSR di Indonesia masih belum efektif karena perusahaan tetap meyakini bahwa CSR merupakan beban keuangan yang harus ditanggung perusahaan dalam hal pengungkapan. Seperti pada riset yang telah dipublikasikan di *Social Responsibility Journal* pada April 2019, tingkat pengungkapan CSR dalam laporan dari 75 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dipilih secara acak sebagai sampel kurang dari 40%. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata hanya 36,74% dari kesembilan item pengungkapan yang dilaporkan oleh perusahaan sampel. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan dan kepatuhan CSR di Indonesia masih rendah (Cahaya, 2020). Menurut (Wijaya & Felicia, 2021) tanggung jawab sosial dan lingkungan tentunya menimbulkan pengeluaran bagi perusahaan. Hal tersebut karena perusahaan harus mengeluarkan dana untuk melaksanakan kewajibannya. Perlakuan atas biaya yang dikeluarkan perusahaan juga akan memengaruhi jumlah penghasilan kena pajak. Kewajiban ini dinilai memberatkan karena pada saat UU PT No. 40/2007 diundangkan, biaya-biaya tersebut tidak boleh dikurangkan dari penghasilan bruto dari sisi perpajakan. Akibatnya, perusahaan merasa mempunyai dua tanggung jawab sekaligus yakni beban *corporate social responsibility* dan beban pajak. Perusahaan dengan sengaja mengembangkan program dan kegiatan CSR semu dan menandai pengeluaran CSR yang berlebihan untuk menghindari pajak. Perusahaan yang agresif terhadap pajak cenderung melaporkan lebih banyak informasi CSR karena sebagian dari biaya pajak perusahaan dialihkan ke kewajiban CSR.

Leverage

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang mengeluarkan biaya tetap agar dapat meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. *Leverage* menunjuk pada utang yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan kewenangan yang diperoleh pada Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 (UU PPh), Menteri Keuangan menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 169/PMK.010/2015 tentang Penentuan Besarnya Perbandingan Antara Utang dan Modal Perusahaan untuk Keperluan Penghitungan Pajak Penghasilan yang salah satu hal pokok yang diatur adalah besarnya perbandingan utang dan modal paling tinggi empat banding satu (4:1) (Tambunan, 2015). Sumber dana perusahaan dapat dibedakan menjadi dua yaitu sumber dana intern dan sumber dana ekstern (Sa'adah, 2020). Rasio yang paling umum digunakan untuk menghitung *leverage* perusahaan adalah DER (*Debt to Equity Ratio*), yang membandingkan *Total Liabilities (Total Debt)* dengan *Total Equity Capital (Equity)*. Rasio ini menunjukkan sejauh mana modal sendiri menjamin semua utang. Rasio ini juga dapat dibaca sebagai perbandingan antara dana pihak luar dengan dana pemilik perusahaan yang dimasukkan ke perusahaan (Weygandt et al, 2013).

$$DR = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Asset}}$$

Leverage bersumber dari penggunaan biaya tetap (*fixed cost*), baik biaya tetap dari aktivitas operasi maupun biaya tetap dari aktivitas keuangan. *Leverage* yang bersumber dari aktivitas operasi disebut *leverage* operasi dan *leverage* yang berasal dari aktivitas keuangan dinamai *leverage* keuangan (*financial leverage*). *Leverage* total atau *leverage* gabungan mengacu pada kombinasi keduanya. Biaya tetap (sebagai akibat dari aktivitas operasi dan keuangan) dapat dipandang sebagai daya ungkit yang dapat menghasilkan (pengungkit) laba yang lebih tinggi. *Leverage* disisi lain berpotensi meningkatkan kerugian. Bilamana tingkat *leverage* operasi sudah relatif tinggi, perusahaan cenderung untuk mengurangi tingkat *leverage* keuangan (mengurangi proporsi utangnya). Demikian juga sebaliknya. Fakta itu menunjukkan bahwa tingkat *leverage* berhubungan dengan struktur modal-komposisi dan proporsi utang dan ekuitas yang ditetapkan perusahaan untuk mendanai investasinya (Mardiyanto, 2018).

Dari sisi perusahaan sangat memungkinkan dalam penggunaan utang demi mencukupi kebutuhan perusahaan. Utang disisi lain dapat menghasilkan tingkat pengembalian pasti yang dikenal sebagai bunga. Dalam menghitung laba fiskal, undang-undang perpajakan memperbolehkan pembayaran yang masih dalam bentuk utang bunga sebagai pengeluaran atau beban yang dapat dikurangkan. Semakin besar tingkat utang dalam suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula beban bunga yang harus dibayar. Hal ini menyebabkan laba fiskal berkurang (Darmawan & Sukartha, 2014).

Leverage dapat dihitung melalui 5 (lima) pendekatan yaitu (Handini, 2020) :

Tabel 2. Pendekatan *Leverage*

| No | Pendekatan <i>Leverage</i> | Metode perhitungan | Interpretasi |
|----|--|---|--|
| 1. | <i>Total debt toequity ratio</i> | Total utang / modal sendiri | Bagian dari modal masing-masing individu yang berfungsi sebagai jaminan atas seluruh utang |
| 2. | <i>Total debt to total capitalassets</i> | Total utang / jumlah aktiva | Bagian dari keseluruhan kebutuhan dana yang dibelanjai dengan utang |
| 3. | <i>Long term debtto equity ratio</i> | Utang jangka panjang / modal sendiri | Bagian dari setiap modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk utang jangka panjang |
| 4. | <i>Tangible assetsdebt coverage</i> | Jumlah aktiva – <i>intangibile</i> / utang jangka panjang | Setiap rupiah mewakili jumlah aset tetap berwujud yang digunakan untuk menjamin utang jangka panjang |
| 5. | <i>Time intersetearned ratio</i> | <i>Earning after tax</i> / bunga utang jangka panjang | Besarnya jaminan keuntungan untuk membayar bunga utang jangka panjang |

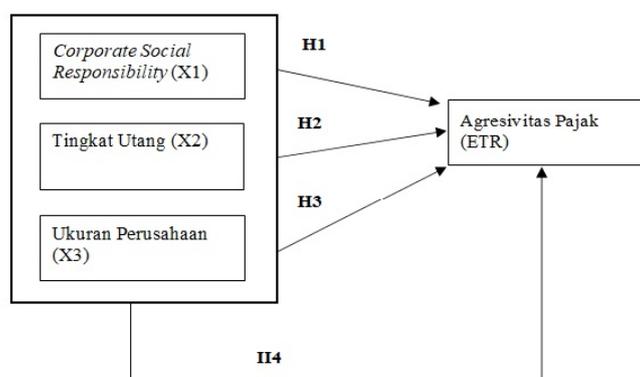
Sumber: Handini, Sri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Keuangan*. First Edition. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Leverage yang rendah mengindikasikan bahwa aset perusahaan dibiayai oleh modal sendiri. Sementara itu, *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar aset dibiayai melalui utang. Nilai *leverage* tinggi, membuktikan bahwasanya perusahaan semakin banyak melakukan pinjaman dan berdampak pada timbulnya beban bunga yang semakin besar. Dapat disimpulkan, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan menyebabkan rendahnya nilai

Effective Tax Rate (ETR) yang mengindikasikan perusahaan melakukan agresivitas pajak (Setyoningrum & Zulaikha, 2019).

Model Penelitian

Penelitian ini mengukur, mengkaji, dan juga memahami pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen terhadap tingkat agresivitas pajak sebagai variabel dependen pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Model penelitian dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Model Penelitian Pengaruh Simultan

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Pradipta (2015), *tax planning* yang tersistematis diperlukan guna mengurangi tanggungan beban pajak bagi wajib pajak itu sendiri. Tujuan utama dari aktivitas perencanaan pajak untuk menghindari pembayaran pajak atau membuat rendah beban pajak yang dibayarkan secara signifikan. Kesimpulan dari tindakan pajak agresif adalah upaya paling akhir dari segi serangkaian perilaku perencanaan pajak dengan tujuan mengurangi beban pajak dan penghematan pajak yang nantinya dapat menghasilkan pelaporan pajak yang agresif. Jadi, semakin tinggi upaya menghindari pajak oleh perusahaan maka semakin agresif pula perusahaan tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* masih merupakan persyaratan dengan nilai kapitalisme, melakukan atau tidak melakukan kegiatan CSR semuanya didasarkan pada pertimbangan material seperti laba, rasio keuangan, reputasi perusahaan dan visibilitas. CSR masih menjadi topeang bagi perusahaan untuk mendapatkan peringkat publik baik dari pasar modal maupun publik.

Menurut Rahmawati (2020), adanya dugaan perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* hanya karena untuk mendapatkan citra yang baik dimata masyarakat sesuai dengan teori legitimasi.

Sehingga hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H01 : *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap AgresivitasPajak

Ha1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Tingkat Utang Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage yang bersumber dari biaya tetap yang timbul dari kebijakan struktur modal atau pendanaan perusahaan biasa disebut *financial leverage* (Sugeng, 2017). Biaya tetap

yang timbul dari pendanaan tidak lain adalah biaya bunga atas utang dan dividen saham preferen. Banyak atau sedikitnya utang yang terdapat pada perusahaan mampu memengaruhi jumlah beban pajak yang dikeluarkan perusahaan. Hal ini disebabkan utang dapat menambah beban bunga yang nantinya dapat memengaruhi beban pajak pada perusahaan. Jika beban pajak perusahaan rendah dapat menandakan perusahaan melakukan agresivitas pajak. Jika dilihat dari utang pajaknya, perusahaan yang agresif cenderung lebih memanfaatkan utang agar laba kena pajaknya sedikit sehingga beban pajaknya juga akan semakin rendah dikarenakan adanya beban bunga. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Hidayat & Eta, 2018) yang menunjukkan bahwa perusahaan lebih memilih mendapatkan modal bersumber dari luar, khususnya pinjaman. Dimana hal ini mengidentifikasi bahwa perusahaan menggunakan bunga pinjaman untuk menurunkan jumlah pajak yang harus dibayar sehingga perusahaan dianggap lebih agresif dalam perpajakannya.

Sehingga hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

H02 : Tingkat utang tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

Ha2 : Tingkat utang berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Banyak atau sedikitnya (aset) suatu perusahaan diwakili oleh ukuran perusahaannya. Pengukuran perusahaan berusaha membedakan secara kuantitatif antara perusahaan besar dan kecil, ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam menjalankan bisnisnya di kondisi ataupun situasi tertentu. Jika ukuran perusahaan dikategorikan besar, kegiatan operasionalnya juga cenderung lebih banyak dan kompleks (Kuriah, 2016). Perusahaan dengan kategori besar umumnya mempunyai aset, *internal control* serta manajemen yang jauh lebih baik dan besar dibandingkan dengan perusahaan kategori kecil. Sehingga jika perusahaan mampu mengelola sumber daya serta manajemen dengan baik, akan memberikan dampak pada pengendalian pajak dengan baik pula.

Semakin besar perusahaan, semakin rendah tarif pajak efektif. Perusahaan besar yang agresif terhadap pajak karena mereka memiliki aset besar dan sumber daya yang memadai untuk pengaturan pajak agar menghasilkan penghematan pajak yang optimal (Setyoningrum & Zulaikha, 2019).

Sehingga hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

H03 : Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

Ha3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

3. Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menerbitkan laporan keuangan pada periode 2018-2020. Periode 2018 hingga 2020 dipilih sebagai tahun penelitian dikarenakan untuk melihat dan menganalisis perusahaan sektor industri barang konsumsi dengan tahun terbaru. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 53 perusahaan.

Model sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* yaitu metode penentuan sampel dalam *non probability sampling* dimana informasi yang didapatkan dari kelompok yang akan diteliti atas dasar beberapa pertimbangan atau kriteria (Sekaran & Bougie, 2013). Menurut Sekaran & Bougie (2013), *non-probability sampling* merupakan metode penentuan sampel dimana tidak setiap elemen populasi terpilih sebagai subjek sampel. Adapun sampel penelitian ini berjumlah 29 perusahaan. Kriteria penentuan sampel pada penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan yang tergolong dalam perusahaan sektor industri barang konsumsi di

Indonesia dan mempublikasikan dengan lengkap laporan keuangan dan laporan auditan selama periode tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut.

- b. Perusahaan yang tidak pernah keluar bursa (*delisting*) di BEI terhitung mulai tanggal 1 Januari 2018 hingga 31 Desember 2020.
- c. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2018 – 2020.
- d. Semua data yang diperlukan untuk menghitung variabel dalam penelitian initeresia

Kriteria Pemilihan Sampel

Tabel 3.

| No | Kriteria | Jumlah Perusahaan |
|---|--|-------------------|
| 1 | Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 | 53 |
| 2 | Perusahaan yang tergolong dalam perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Indonesia dan mempublikasikan dengan lengkap laporan keuangan dan laporan auditan selama periode tahun 2018 sampai tahun 2020 secara berturut-turut | (7) |
| 3 | Perusahaan yang tidak pernah keluar bursa(<i>delisting</i>) di BEI terhitung mulai tanggal 1 Januari 2018 hingga 31 Desember 2020 | (0) |
| 4 | Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2018 – 2020 | (14) |
| 5 | Semua data yang diperlukan untuk menghitung variabel dalam penelitian ini tersedia | (3) |
| Perusahaan yang masuk kriteria pemilihan sampel | | 29 |

Sumber: www.idx.co.id (data diolah oleh peneliti)

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 29 perusahaan. Karena penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 3 tahun (2018-2020), maka jumlah pengamatannya sebanyak 87 pengamatan (29 perusahaan x 3 tahun).

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah proses transformasi data penelitian dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, penyusunan data dalam bentuk numerik dan grafik. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian sekaligus mendukung variabel yang diteliti (Wahyuni, 2020). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

Analisis Persamaan Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis persamaan regresi untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$TAG_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 DR_{it} + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

| | |
|-----------------------------|--|
| TAG | = Agresivitas pajak |
| β_0 | = Intercept |
| $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ | = Koefisien regresi |
| CSRI | = Pengungkapan item CSR perusahaan <i>i</i> |
| SIZE | = Ukuran perusahaan |
| DR | = <i>Leverage</i> |
| <i>it</i> | = Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang bergerak di sektor industri barang konsumsi |
| ε | = Error |

Model Data Panel

Data panel diperkenalkan oleh Howles pada tahun 1990, merupakan data seksi silang (terdiri atas beberapa variabel), dan sekaligus terdiri atas beberapa waktu. Untuk mengestimasi model regresi dengan data panel, biasanya digunakan tiga metode yaitu *Common Effects*, *Fixed Effects*, dan *Random Effects* (Ghozali, 2013).

a. Pendekatan *Common Effect*

Pengujian ini merupakan pengujian paling sederhana. Teknik ini mengasumsikan bahwa data gabungan yang ada, menunjukkan kondisi yang sesungguhnya, sehingga hasil dari regresi ini dianggap sama untuk semua objek pada semua waktu

b. Pendekatan *Fixed Effect*

Pengujian ini dilakukan untuk mengatasi kelemahan yang terdapat dalam pengujian *common effect*, yaitu terdapat ketidaksesuaian model dengan keadaan yang sesungguhnya. Dalam pengujian ini mendefinisikan bahwa satu objek memiliki konstanta yang tetap besarnya untuk berbagai periode waktu. Demikian pula, koefisien regresi yang tetap besar dari waktu ke waktu.

c. Pendekatan *Random Effect*

Metode ini berguna dalam mengatasi kelemahan yang terdapat pada metode efek tetap. Tanpa menggunakan variabel semu, metode *random effect* menggunakan *residual*, yang diduga memiliki hubungan antar waktu dan antar objek. Namun, untuk melakukan pengujian menggunakan metode ini ada satu syarat yaitu objek data silang harus lebih besar daripada banyak koefisien.

Pemilihan Model

a. Uji Chow

Uji chow merupakan uji untuk membandingkan model *common effect* dengan *fixed effect* (Ghozali, 2013). Uji chow dalam penelitian ini menggunakan program Eviews. Hipotesis yang dibentuk dalam Chow test adalah sebagai berikut:

H_0 : Model *Common Effect*

H_a : Model *Fixed Effect*

Apabila nilai *p-value cross section Chi Square* $< \alpha = 0.05$ (5%) atau nilai *probability (p-value) F test* $< \alpha = 0.05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga model yang digunakan yaitu model *fixed effect*, apabila nilai *p-value cross section Chi Square* $\geq \alpha = 0.05$ (5%) atau nilai *probability (p-value) F test* $\geq \alpha = 0.05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga model yang digunakan yaitu model *common effect*.

b. Uji Hausman

Uji hausman dilakukan untuk memilih modal terbaik dari penelitian, sehingga dalam pengujian ini akan menghasilkan penggunaan model terbaik dengan menggunakan *fixed random* atau *random effect*. Oleh karena itu, pengujian ini dilakukan dengan

mengajukan beberapa hipotesa sebagai berikut:

H₀ : Model *Random Effect*

H_a : Model *Fixed Effect*

Apabila nilai *p-value cross section random* $< \alpha = 0.05$ (5%) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, sehingga model yang digunakan yaitu model *fixed effect*. Apabila nilai *p-value cross section random* $\geq \alpha = 0.05$ (5%) maka H₀ diterima dan H_a ditolak, sehingga model yang digunakan yaitu model *random effect*.

c. Uji *Lagrange Multiplier Test* (LM Test)

Lagrange Multiplier Test (Uji LM) adalah uji yang digunakan untuk memilih model antar *random effect* atau *common effect* yang paling tepat digunakan sebagai estimasi data panel. Uji LM didasarkan pada Breusch Pagan untuk uji signifikan *random effect* yang didasari pada residual dari *common effect* dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Model *Common Effect*

H_a : Model *Random Effect*

Jika nilai Breusch Pagan (*both*) < 0.05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya estimasi yang tepat untuk regresi data panel yaitu *random effect*. Namun jika nilai Breusch Pagan (*both*) > 0.05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak, sehingga estimasi yang tepat untuk regresi data panel yaitu *common effect*.

Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel independen dan variabel dependen terkait. Pengujian ini dilakukan dengan teknik pengujian signifikansi parameter individual, dan koefisien determinasi.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013). Taraf signifikansi yang lazim digunakan adalah 5%. Kriteria pengambilan keputusannya berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2013):

- a. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau signifikansi < 0.05 . H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen memengaruhi variabel dependen secara signifikan. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. *Coefficient* + menunjukkan adanya pengaruh yang positif
- c. *Coefficient* – menunjukkan adanya pengaruh yang negatif

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait.

Hipotesis:

H₀ : Koefisien regresi tidak

signifikan H_a : Koefisien regresi signifikan

Kriteria:

Membandingkan statistik F-hitung dengan F-tabel $\alpha = 0.05$ (F-tabel)

- a. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara

bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabelterikat.

- b. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabelterikat

Uji Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*)

Uji determinasi atau yang biasa disebut *Adjusted R-Squared* menunjukkan kemampuan model untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji Determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel bebas. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang semakin mendekati 1, berarti semakin besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan pengaruhnya kepada variabel dependen atau memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. *Adjusted R-Squared* dapat menjelaskan kebaikan model regresi dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013).

4. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan berapa besarnya nilai rata-rata (*mean*), nilai maximum, nilai minimum, dan standar deviasi, jumlah dari setiap variabel yang diuji dengan menggunakan alat bantu statistik Eviews9 dengan jumlah observasi sebanyak 87.

Hasil dari perhitungan tersebut ditampilkan pada Tabel 4 berikut

| | ETR | CSR | DR | SIZE |
|--------------|-----------|----------|----------|----------|
| Mean | 0.246326 | 0.389289 | 0.356108 | 29.03354 |
| Median | 0.248971 | 0.373626 | 0.339278 | 28.69829 |
| Maximum | 0.378417 | 0.505495 | 0.759559 | 32.72561 |
| Minimum | 0.051465 | 0.296703 | 0.115158 | 25.95468 |
| Std. Dev. | 0.041671 | 0.050292 | 0.155269 | 1.549691 |
| Skewness | -0.448342 | 0.712309 | 0.385980 | 0.537606 |
| Kurtosis | 8.763090 | 2.798001 | 2.430313 | 2.626587 |
| Jarque-Bera | 123.3125 | 7.504974 | 3.336691 | 4.696254 |
| Probability | 0.000000 | 0.023459 | 0.188559 | 0.095548 |
| Sum | 21.43039 | 33.86813 | 30.98137 | 2525.918 |
| Sum Sq. Dev. | 0.149339 | 0.217518 | 2.073339 | 206.5325 |
| Observations | 87 | 87 | 87 | 87 |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang telah disajikan pada tabel 4 diatas, maka dapat diketahui gambaran dari masing-masing deskriptif dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Agresivitas Pajak (ETR)

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas, diketahui nilai agresivitas pajak yaitu nilai minimum sebesar 0.051465, nilai maximum sebesar 0.378417, *mean* (rata-rata) sebesar 0.246326 dan *std.deviation* (standar deviasi) sebesar 0.041671.

- b. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas, diketahui nilai *corporate social responsibility* yaitu nilai minimum sebesar 0.296703, nilai maximum sebesar 0.505495, *mean* (rata-rata) sebesar 0.389289 dan *std.deviation* (standar deviasi) sebesar 0.050292.

c. Tingkat Utang (DR)

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas, diketahui nilai tingkat utang yaitu nilai minimum sebesar 0.115158, nilai maximum sebesar 0.759559, *mean* (rata-rata) sebesar 0.356108 dan *std.deviation* (standar deviasi) sebesar 0.155269.

d. Ukuran Perusahaan (SIZE)

Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas, diketahui nilai ukuran perusahaan yaitu nilai minimum sebesar 25.95468, nilai maximum sebesar 32.72561, *mean* (rata-rata) sebesar 29.03354 dan *std.deviation* (standar deviasi) sebesar 1.549691.

Analisis Persamaan Regresi

Analisis regresi linier data panel pada penelitian ini menggunakan metode *fixed effect*. Pemilihan *fixed effect* sebagai metode analisis data panel pada penelitian ini sebelumnya diuji melalui uji chow dan uji hausman terlebih dahulu, sehingga akhirnya metode *fixed effect* yang paling tepat untuk menguji data panel pada penelitian ini. Hasil estimasi model regresi data panel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Data Panel Model *Fixed Effect*

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|---------------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------|
| C | 1.675906 | 0.957848 | 1.749658 | 0.0858 |
| CSR | 0.871509 | 0.313352 | 2.781241 | 0.0074 |
| DR | 0.022682 | 0.084655 | 0.267937 | 0.7897 |
| SIZE | -0.061203 | 0.032610 | -1.876781 | 0.0659 |
| Effects Specification | | | | |
| Cross-section fixed (dummy variables) | | | | |
| R-squared | 0.536360 | Mean dependent var | | 0.246326 |
| Adjusted R-squared | 0.275036 | S.D. dependent var | | 0.041671 |
| S.E. of regression | 0.035481 | Akaike info criterion | | -3.562584 |
| Sum squared resid | 0.069239 | Schwarz criterion | | -2.655583 |
| Log likelihood | 186.9724 | Hannan-Quinn criter. | | -3.197363 |
| F-statistic | 2.052472 | Durbin-Watson stat | | 2.624811 |
| Prob(F-statistic) | 0.009823 | | | |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan hasil pengolahan regresi data panel dengan menggunakan model *fixed effect* pada tabel 5 diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$TAG_{it} = 1.675906 + 0.871509 \text{ CSR} + 0.022682 \text{ DR} - 0.061203 \text{ SIZE} + \varepsilon$$

Keterangan: TAG = Agresivitas Pajak
 CSR = *Corporate Social Responsibility*
 DR = Tingkat Utang
 SIZE = Ukuran Perusahaan

- Konstanta sebesar 1.675906 artinya jika *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan nilainya adalah 0, maka besarnya agresivitas pajak adalah sebesar 1.675906.
- Koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* sebesar 0.871509 artinya setiap peningkatan *corporate social responsibility* sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan agresivitas pajak sebesar 0.871509 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- c. Koefisien regresi variabel tingkat utang sebesar 0.022682 artinya setiap peningkatan tingkat utang sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan agresivitas pajak sebesar 0.022682 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar -0.061203 artinya setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar -0.061203 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Model Data Panel

Common Effect Model (CEM)

Teknik paling sederhana untuk mengestimasi data panel adalah dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Dengan hanya menggabungkan data tersebut tanpa melihat perbedaan antar waktu dan individu maka bisa menggunakan model OLS untuk mengestimasi model panel. Berikut uji regresi *Common Effect Model* (CEM):

Tabel 6. Hasil Common Effect Model

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------|
| C | 0.158887 | 0.094730 | 1.677262 | 0.0973 |
| CSR | 0.036692 | 0.092850 | 0.395173 | 0.6937 |
| DR | 0.000811 | 0.030741 | 0.026376 | 0.9790 |
| SIZE | 0.002510 | 0.003011 | 0.833536 | 0.4069 |
| R-squared | 0.010619 | Mean dependent var | | 0.246326 |
| Adjusted R-squared | -0.025142 | S.D. dependent var | | 0.041671 |
| S.E. of regression | 0.042192 | Akaike info criterion | | -3.448290 |
| Sum squared resid | 0.147753 | Schwarz criterion | | -3.334915 |
| Log likelihood | 154.0006 | Hannan-Quinn criter. | | -3.402638 |
| F-statistic | 0.296949 | Durbin-Watson stat | | 1.513684 |
| Prob(F-statistic) | 0.827501 | | | |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian *Common Effect Model* (CEM), memiliki hasil uji secara parsial. Variabel *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan agresivitas pajak, hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pada model CEM memperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar - 2.51% (-0.025142) yang artinya kontribusi seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar -2.51%. Sedangkan sisanya 97.49% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diukur dalam model regresi ini.

Fixed Effect Model (FEM)

Model ini mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Model estimasi ini sering kali disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variables* (LSDV). Berikut hasil uji regresi *Fixed Effect Model* (FEM):

Tabel 7. Hasil Fixed Effect Model

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-----------------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | 1.675906 | 0.957848 | 1.749658 | 0.0858 |
| CSR | 0.871509 | 0.313352 | 2.781241 | 0.0074 |
| DR | 0.022682 | 0.084655 | 0.267937 | 0.7897 |
| SIZE | -0.061203 | 0.032610 | -1.876781 | 0.0659 |
| Effects Specification | | | | |

| Cross-section fixed (dummy variables) | | | |
|---------------------------------------|----------|-----------------------|-----------|
| R-squared | 0.536360 | Mean dependent var | 0.246326 |
| Adjusted R-squared | 0.275036 | S.D. dependent var | 0.041671 |
| S.E. of regression | 0.035481 | Akaike info criterion | -3.562584 |
| Sum squared resid | 0.069239 | Schwarz criterion | -2.655583 |
| Log likelihood | 186.9724 | Hannan-Quinn criter. | -3.197363 |
| F-statistic | 2.052472 | Durbin-Watson stat | 2.624811 |
| Prob(F-statistic) | 0.009823 | | |

Sumber: Data Output Views

Berdasarkan tabel 7 diatas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian *Fixed Effect Model* (FEM), memiliki hasil uji secara parsial. Karena variabel *corporate social responsibility* menunjukkan hasil berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak. Sedangkan tingkat utang dan ukuran perusahaan menunjukkan hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan. Pada model FEM memperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 27.50% (0.275036) yang artinya kontribusi seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 27.50% sedangkan sisanya 72.50% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diukur dalam model regresi ini.

Random Effect Model (REM)

Pendekatan *Random Effect Model* (REM) menggunakan metode gangguan (*error terms*), model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan individu (perusahaan). Berikut ini hasil uji regresi data panel *Random Effect Model* (REM):

Tabel 8. Hasil Random Effect Model

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|----------|
| C | 0.148404 | 0.107635 | 1.378767 | 0.1717 |
| CSR | 0.091415 | 0.103019 | 0.887365 | 0.3774 |
| DR | -0.011381 | 0.033195 | -0.342859 | 0.7326 |
| SIZE | 0.002287 | 0.003432 | 0.666263 | 0.5071 |
| Effects Specification | | | | |
| | | | S.D. | Rho |
| Cross-section random | | | 0.018859 | 0.2203 |
| Idiosyncratic random | | | 0.035481 | 0.7797 |
| Weighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.011932 | Mean dependent var | | 0.181224 |
| Adjusted R-squared | -0.023782 | S.D. dependent var | | 0.037564 |
| S.E. of regression | 0.038008 | Sum squared resid | | 0.119900 |
| F-statistic | 0.334094 | Durbin-Watson stat | | 1.828588 |
| Prob(F-statistic) | 0.800709 | | | |
| Unweighted Statistics | | | | |
| R-squared | 0.005210 | Mean dependent var | | 0.246326 |
| Sum squared resid | 0.148561 | Durbin-Watson stat | | 1.475814 |

Sumber: Data Output Views

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian *Random Effect Model* (REM), memiliki hasil uji secara parsial. Variabel *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan agresivitas pajak. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pada model REM memperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar - 2.37% (-0.023782) yang artinya kontribusi seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar -2.37% sedangkan sisanya 97.63% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diukur dalam model regresi ini.

Pengujian Model Regresi Data Panel

Untuk memilih model yang paling tepat terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan, antara lain:

Uji Chow

Uji chow adalah pengujian untuk menentukan antara model *common effect* atau *fixed effect* yang lebih tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis dalam uji chow dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apabila *probability Chi-square* < 0.05 maka yang dipilih adalah *fixed effect*
- b. Apabila *probability Chi-square* > 0.05 maka yang dipilih adalah *common effect*

Apabila dari hasil uji tersebut ditentukan model *common effect* yang digunakan, maka tidak perlu melakukan uji hausman. Namun apabila dari hasil uji chow menentukan model *fixed effect* yang digunakan, maka perlu melakukan uji lanjutan yaitu uji hausman untuk menentukan model *fixed effect* atau *random effect* yang lebih baik. Hasil uji spesifikasi model adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Chow

| Effects Test | Statistic | d.f. | Prob. |
|--------------------------|-----------|---------|--------|
| Cross-section F | 2.227390 | (28,55) | 0.0056 |
| Cross-section Chi-square | 65.943551 | 28 | 0.0001 |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 9 diatas, dapat diketahui bahwa *probability Chi-Square* adalah $0.0001 < 0.05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan model *fixed effect* lebih baik dibandingkan dengan model *common effect*. Karena pada uji chow model yang terpilih adalah *fixed effect* maka perlu dilakukan uji lagi yaitu uji hausman. Uji hausman dilakukan untuk mengetahui apakah model *fixed effect* atau model *random effect* yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk menentukan model analisis data panel yang akan digunakan. Uji hausman digunakan untuk mengetahui model yang sebaiknya dipakai, yaitu *fixed effect* atau *random effect*. Hipotesis dalam uji hausman sebagai berikut:

- a. Apabila *probability Chi-Square* < 0.05 maka yang dipilih adalah *fixed effect*
- b. Apabila *probability Chi-Square* > 0.05 maka yang dipilih adalah *random effect* Jika H_0 diterima maka kesimpulannya sebaiknya memakai *fixed effect model*. Karena *random effect model* kemungkinan berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas. Sebaliknya, apabila H_a diterima, maka model yang sebaiknya dipakai adalah *random effect model*. Hasil estimasi uji hausman adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Hausman

| | Chi-Sq.Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob. |
|----------------------|------------------|--------------|--------|
| Test Summary | | | |
| Cross-section random | 15.242153 | 3 | 0.0016 |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan tabel 10 diatas, hasil uji hausman dapat diketahui bahwa probabilitas Chi-Square adalah $0.0016 < 0.05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan model yang digunakan sebaiknya adalah model *fixed effect*.

Uji Hipotesis

Uji Statistik Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Adapun pengujian ini dilakukan dengan ketentuan:

- Bila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima
- Bila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dengan nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak.

Rumus pengambilan t tabel dengan nilai signifikan 5% adalah sebagai

berikut: $t\text{-tabel} = n - k - 1 : \alpha/2$

$$= 87 - 3 - 1 : 0.05/2$$

$$= 83 : 0.025$$

$$= 1.988960$$

Keterangan : n = jumlah
k = jumlah
variabel bebas1 =
konstanta

Adapun hasil uji parsial (uji t) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji t

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | 1.675906 | 0.957848 | 1.749658 | 0.0858 |
| CSR | 0.871509 | 0.313352 | 2.781241 | 0.0074 |
| DR | 0.022682 | 0.084655 | 0.267937 | 0.7897 |
| SIZE | -0.061203 | 0.032610 | -1.876781 | 0.0659 |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan pada tabel 11 diatas, dapat dilihat hasil uji parsial (uji-t) dalam penelitian ini yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak

$H_a : \beta_i \neq 0$ artinya, *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Hasil analisis pada tabel 11, menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki t-hitung sebesar $2.781241 > t\text{-tabel } 1.988960$ dan nilai probabilitas sebesar $0.0074 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya, tingkat utang tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
 $H_a : \beta_i$

$\neq 0$ artinya, tingkat utang berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Hasil analisis pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa tingkat utang memiliki t-hitung sebesar $0.267937 < t\text{-tabel } 1.988960$ dan nilai probabilitas sebesar $0.7897 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat utang secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

$H_a : \beta_i \neq 0$ artinya, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Hasil analisis pada tabel 11, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki t-hitung sebesar $-1.876781 < t\text{-tabel } 1.988960$ dan nilai probabilitasnya sebesar $0.0659 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan nilai F-tabel. Apabila nilai F-hitung $> F\text{-tabel}$ dengan nilai signifikansi 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah layak untuk digunakan sebagai model regresi dalam penelitian. Pengujian ini dapat juga dilakukan dengan melihat probabilitas F-hitung. Apabila nilai F-hitung $> F\text{-tabel}$ dengan nilai signifikansi 0.05 maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun uji simultan (Uji F) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji F

| | | | |
|-------------------|----------|---------------|----------|
| F-statistic | 2.052472 | Durbin-Watson | 2.624811 |
| | | stat | |
| Prob(F-statistic) | 0.009823 | | |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 2.052472 dengan probabilitas sebesar $0.009823 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berarti, *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan bersama-sama berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau *goodness of fit* merupakan nilai yang menyatakan proporsi atau presentasi dari total variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelas (X_1, X_2 , dan X_3) secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi mengandung kelemahan mendasar dimana adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan *Adjusted R-squared* berkisar antara nol sampai satu. Apabila nilai *Adjusted R-squared* makin mendekati satu, maka makin baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

Adapun hasil koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi

| | | | |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.536360 | Mean dependent var | 0.246326 |
| Adjusted R-squared | 0.275036 | S.D. dependent var | 0.041671 |

Sumber: Data Output Eviews

Berdasarkan hasil tabel 13 diatas, nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.275036, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi seluruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 27.50%, sedangkan sisanya sebesar 72.50% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hipotesis variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barangkonsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk bisa membayar beban pajak yang lebih kecil, yang berarti bahwa semakin besar tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustika (2017), Ramadani & Sri (2020), dan Nihayah, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, artinya semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin tinggi pula tindakan agresivitas pajak. Namun berbeda hasilnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyoningrum & Zulaikha (2019), Romadhina (2020), Alifa, dkk (2020) dan Mayuni, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Tingkat Utang Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hipotesis variabel tingkat utang tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang berarti, H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tingkat utang yang dihasilkan oleh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tidak berpengaruhnya tingkat utang terhadap agresivitas pajak dapat disebabkan karena ada faktor tertentu yang membuat perusahaan tidak memanfaatkan beban bunga atas utang yang dimilikinya dalam mengurangi beban pajak. Pertimbangan lain yang diambil oleh perusahaan adalah apabila utang yang dimiliki terlalu besar, akan berdampak pada besarnya risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Utang yang besar dimiliki oleh perusahaan juga dapat menurunkan kepercayaan *stakeholder*, terutama investor karena besarnya risiko yang akan dihadapi perusahaan nantinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017), Setyoningrum & Zulaikha (2019), Ramadani & Sri (2020) yang menyatakan bahwa tingkat utang tidak mempunyai pengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hasil penelitian Hidayat & Eta (2018) mengatakan bahwa tingkat utang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan lebih memilih menggunakan modal yang bersumber dari luar yaitu utang sehingga perusahaan dapat memanfaatkan adanya bunga yang muncul dari utang tersebut untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menghasilkan hipotesis variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, ukuran perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini membuktikan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tindakan agresivitas pajak karena pajak merupakan kewajiban bagi semua warga negara dan badan sesuai dengan teori *stakeholder* dimana pemerintah adalah regulator yang merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan, sehingga perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemerintah. Salah satunya dengan mengikuti segala peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah, membayar pajak dan tidak terlibat dalam penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Findria Prameswari (2017), Mustika (2017) dan Ramadani & Sri (2020) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyoningrum & Zulaikha (2019) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin besar perusahaan maka semakin meningkat pula agresivitas pajaknya. Pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak disebabkan aset yang besar diiringi sumber daya yang cukup untuk pengaturan pajaknya sehingga tercapai *tax saving* secara optimal.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Tingkat Utang dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan *Adjusted R-Squared* sebesar 27.50%. Sedangkan sisanya sebesar 72.50% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat utang dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
2. Tingkat utang tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan yang melakukan perencanaan pajak agar mempertimbangkan dengan baik perencanaan pajak tersebut agar *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan masih dalam kondisi wajar dan tidak merugikan negara karena jika mengambil keputusan yang salah dapat berimplikasi terhadap keberlangsungan dancitra perusahaan.

2. Bagi investor yang ingin berinvestasi pada suatu perusahaan diharapkan teliti dalam membaca laporan keuangan tahunan yang disajikan oleh perusahaan terutama saat melihat data variabel yang berpengaruh terhadap penghindaran pajak seperti pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan agresivitas pajak serta menambah periode penelitian, mengganti proksi yang digunakan, dan menambah variabel penelitian seperti profitabilitas, *capital intensity*, likuiditas, komisaris independen dan faktor lainnya agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat memprediksi hasil dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Akbar, M. Fikri; Yuli Evadianti, dan Immawati Asniar. (2021). *Public Relations*. First Edition. Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.
- Arafat, Yasser; Sulaiman, Inggit Akim, dan Fathurrahman. (2021). *Buku Ajar Hukum Pajak*. First Edition. Malang: Literasi Nusantara.
- Budiasni, Ni Wayan Novi dan Gede Sri Darma. (2020). *Corporate Social Responsibility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal di Bali: Kajian dan Penelitian Lembaga Perkreditan Desa*. First Edition. Bali: Nilacakra.
- Cahaya, Fitra Roman. (2020). <https://theconversation.com/riset-laporan-pelaksanaan-ham-perusahaan-publik-di-indonesia-masih-rendah/129208> Diakses pada 11 Desember 2021
- Darmawan, I. dan Sukartha, I. (2014). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, ROA dan Ukuran Perusahaan pada Penghindaran Pajak. *E-jurnal Akuntansi*, 9 (1): 143-161
- Dewi, Ni Luh Putu Puspita dan Naniek Noviari. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Jurnal Akuntansi*, 21 (10): 830-859.
- Fajar, Aulia; Amir Hasan, dan Gusnardi. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage Operasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Subsektor Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012- 2016). *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10 (10): 662–679.
- Firdayanti, Nur. (2020). "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak dengan Komisaris Independen dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderatin". Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Firmansyah, Amrie dan Riska Septiana Estutik. (2021). *Kajian Akuntansi Keuangan: Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Kinerja Tanggung Jawab Lingkungan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Agresivitas Pajak*. First Edition. Indramayu: Adab.
- Ghozali, Imam. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan EVIEWS 8*. First Edition. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Ce. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. First Edition. Yogyakarta: Deepublish.
- Handini, Sri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Keuangan*. First Edition. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. First Edition. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Revision Edition. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kresentia, Inka dan Nuritomo. (2017). Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta

- Islamic Index (JII) Periode 2012-2015. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, 1(11): 1-13
- Kuriah, H.L. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5 (3)
- Lanis, R dan Richardson G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31 (1): 86-108
- Lubis, Desy Sandia. (2020). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR), Dan Komite Audit Terhadap Agresivitas Pajak". Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mardiyanto, Handono. (2018). *Intisari Manajemen Keuangan*. First Edition. Jakarta: Grasindo
- Martinez, Conesa I; Soto Acosta dan Palacios Manzano. (2017). Corporate Social Responsibility and Its Effect On Innovation and Firm Performance: An Empirical Research in Smes. *Journal of cleaner production*, 142 (10): 2374-2383
- Maulida, Rani. 2019. <https://www.online-pajak.com/tentang-efilling/fungsi-manajemen-perpajakan> Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak. *JOM Fekon*, 4 (2): 1886–1900.
- Nasir, Munawir. (2020). *Etika dan Komunikasi dalam Bisnis: Tinjauan Al-Qur'an, Filsafat dan Teoritis*. First Edition. Makassar: Social Politic Genius.
- Nilasari, Aprilia. (2018). "Pengaruh Intensitas Persediaan, Intensitas Asset Tetap, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat Agresivitas Wajib Pajak Badan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017". Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nugraha, Novia Bani. (2015). "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2012-2013)". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nurminda, Aniela, Deannes Isyuardhana dan Annisa Nurbaiti. (2017). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 4 (1): 542-549.
- Nuryanto dan Zulfikar Bagus Pambuko. (2018). *Eviews Untuk Analisis Ekonometrika Dasar: Aplikasi dan Interpretasi*. First Edition. Magelang: UNIMMA Press.
- Pohan, Chairil Anwar. (2014). *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis*. Revision Edition. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Pohan, Chairil Anwar. (2018). *Optimizing Corporate Tax Management: Kajian Perpajakan dan Tax Planning-nya Terkini*. Second Editin. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Prabowo, Afif. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Tingkat Hutang (Leverage) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya). Skripsi. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School.
- Pradipta, D.H. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Prameswari, Findria. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3 (4): 74-90
- Ramadani, Dinda Chairunissa dan Sri Hartiyah. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar

- Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 sampai 2018). *Journal of Economic*, 1 (4): 238-247
- Sa'adah, Lailatus. (2020). *Manajemen Keuangan*. First Edition. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sagala, W.M dan Ratmono. (2015). "Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). Disertasi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2013). *Research Method For Business: A Skill- Building Approach*. Sixth Edition. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd
- Septiawan, Kevin, Nurmala Ahmar dan Dwi Prastowo Darminto. (2021). *Agresivitas Pajak Perusahaan Publik Di Indonesia & Refleksi Perilaku Oportunis Melalui Manajemen Laba*. First Edition. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Setyoningrum, Dewi dan Zulaikha. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Accounting*, 8 (3): 1-15.
- Sugeng, Bambang. (2017). *Manajemen Keuangan Fundamental*. First Edition. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sultoni, Mohammad Hamim. (2020). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. First Edition. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Suyanto, Krisnata dan D.Supramono. (2012). Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16 (2)
- Tambunan, Ruston. (2015). <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2356747/opini-batasan-debt-to-equity-ratio-dalam-menghitung-pajak> Diakses pada 11 Desember 2021
- Thian, Alexander. (2021). *Dasar-Dasar Perpajakan*. First Edition. Yogyakarta: ANDI.
- Tiarawati, Winda Agustina. (2015). Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance* (Penghindaran Pajak). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 4 (2) : 123-142
- Ulum, Ihyaul. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Third Edition. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Utomo, Agus Setyo. (2019). Pengaruh CSR, ROI, ROE Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal PETA*, 4 (1): 82-94
- Wahyun, Molli. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. First Edition. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Wardani, Diyah Kusuma dan Nurhayati. (2020). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 4 (2): 129-133
- Wijaya, Suparna dan Felicia Devi Anna Santi. (2021). *Corporate Social Responsibility Dalam Pajak Penghasilan*. First Edition. Indramayu: Penerbit Adab.
- Yuono, Citra Ayuning Sari dan Widyawati Dini. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5 (6): 1-19.