

## Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Karakteristik Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021

\*Firda Yuniar

Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: [10.46821/equity.v3i1.321](https://doi.org/10.46821/equity.v3i1.321)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan karakteristik perusahaan yang terdiri dari Ukuran perusahaan, Sales Growth, dan Leverage terhadap agresivitas pajak perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling. Dengan metode tersebut diperoleh sampel akhir sebanyak 45 perusahaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari website BEI dan website masing-masing perusahaan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression analysis*) dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, Sales Growth dan Leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.

Kata kunci: Debt to Equity Ratio, Price to Earning Ratio, Return on Equity Ratio, Return Saham.

### ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of *Corporate Social Responsibility* and company characteristics consisting of company size, Sales Growth, and Leverage on the tax aggressiveness of mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2021. Data collection using purposive sampling method. With this method, a final sample of 45 companies was obtained. The approach used in this research is a quantitative approach. The data in this study are secondary data obtained from the IDX website and the websites of each company. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis using the SPSS version 26 program. The results show that *Corporate Social Responsibility*, Sales Growth and Leverage have an effect on tax aggressiveness, while Company Size has no effect on tax aggressiveness in mining sector companies. listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2021.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*, Tax Aggressiveness, Sales Growth, Leverage.

### How to Cite:

Yuniar, F. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Karakteristik Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021. *Equity: Jurnal Akuntansi*, 3(1), 61-76. <https://doi.org/10.46821/equity.v3i1.321>.

\*Corresponding Author:

Email: [firdayuniar06@gmail.com](mailto:firdayuniar06@gmail.com)



This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Di Indonesia dana penerimaan pajak negara dialokasikan ke beberapa sektor, itulah mengapa pajak merupakan sumber pendanaan negara yang memiliki presentase tertinggi jika dibandingkan dengan sumber pendanaan lainnya dalam APBN. Kementerian Keuangan memaparkan realisasi penerimaan pajak tahun 2021 telah mencapai Rp 1.277,5 triliun atau 103,9 persen dari target APBN 2021 yang sebesar Rp 1.229,6 triliun. Selain itu Kementerian keuangan juga mencatat total Wajib Pajak badan yang melaporkan kerugian sejak 2015 hingga 2019 mencapai 9.496 WP, meningkat 83% dibandingkan periode 2012-2016 sebanyak 5.199 WP, ini mengindikasikan kemungkinan masih ada praktik penghindaran pajak. RSAP 2021 mengungkapkan bahwa pada tahun 2019 rasio penerimaan perpajakan (*tax ratio*) Indonesia terhadap PDB hanya mencapai 11,6%. Angka tersebut dibawah rata-rata Asia dan Pasifik sebesar 21%, itu juga dibawah rata-rata OECD sebesar 33,8%.

Adanya praktik perencanaan pajak yang agresif tentunya telah terjadi konflik kepentingan dalam suatu perusahaan. Pemegang saham ingin timbal balik yang besar dan cepat atas investasi yang dilakukannya, sedangkan manajer perusahaan ingin imbalan yang sebesar-besarnya pula atas kinerjanya. Hal ini mendorong manajer untuk melakukan tindakan oportunistik untuk menjaga harga saham perusahaan tetap tinggi. Disisi lain, perusahaan selalu berusaha dalam meminimalkan biaya pembebanan pajak untuk meningkatkan laba perusahaan, hal ini berseberangan dengan keinginan para pemungut pajak, yang mana pemerintah menginginkan pajak yang diterima setinggi mungkin guna membiayai kebutuhan negara. Adanya perbedaan kepentingan antara pemerintah dan wajib pajak juga menimbulkan ketidakpatuhan bagi pihak manajemen perusahaan dalam melaksanakan manajemen perpajakannya, sehingga berdampak pada pelaksanaan praktik Agresivitas pajak baik legal maupun illegal.

Ada beberapa faktor yang umum digunakan oleh perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak yang agresif, salah satunya yaitu CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR adalah salah satu dari banyak alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh legitimasi melalui hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan dan untuk meningkatkan reputasinya, dengan mengungkapkan CSR akan menghasilkan stigma positif dimasyarakat bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain, karena menunjukkan kepedulian dengan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial atas aktivitas operasi perusahaan.

Selain CSR untuk mengetahui perusahaan melakukan perencanaan pajak yang agresif dapat dilihat melalui karakteristik suatu perusahaan, yang mana merupakan ciri khas atau sifat yang melekat dalam suatu usaha yang dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya jenis usaha atau industri, struktur kepemilikan, tingkat likuiditas, Leverage, tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan, dll (Siregar

dan Widyawati, 2016:5). Pada penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan adalah Ukuran perusahaan, Sales Growth, dan Leverage. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di BEI periode 2019-2021”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi secara online yaitu seluruh perusahaan sector pertambangan yang terdaftar di BEI dengan kriteria tertentu yang diamati melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (<https://www.idx.co.id/>) dan website resmi perusahaan terkait. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari 2022 sampai data yang dibutuhkan peneliti terpenuhi.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data yang diinginkan, peneliti menggunakan teknik dokumentasi dalam pengumpulan data. Teknik dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2017). Peneliti mengunduh laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan terkait selama periode 2019 sampai dengan periode 2021 berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan

### Analisis Data

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas (variabel penjelas atau bebas), dengan, tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Ghozali, 2016).

#### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh. Kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2016).

#### Uji t

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Tahap-tahap pengujian sebagai berikut:

- Merumuskan Hipotesis nol ( $H_0$ ) hipotesis alternatif ( $H_a$ )
- Menentukan taraf signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$

- c. Menentukan  $t_{\text{tabel}}$   
 $df = t(\alpha / 2; n - k)$
- d. Membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$
- e.  $t_{\text{hitung}} = \text{Koefisien Regresi} / \text{Standart Deviasi}$
- f. Pengambilan keputusan hipotesis

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji asumsi klasik

#### Uji Normalitas

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov terhadap residual persamaan regresi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.200. Hal ini berarti data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena terbukti sesuai ketentuan normalitas bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*  $0,200 > 0,05$ .

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Kriteria yang bisa digunakan untuk menyatukan apakah terjadi Multikolinearitas atau tidak diantara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Dengan kata lain, jika nilai *Tolerance*  $> 0,10$  atau nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2016:103).

**Tabel 1.** Hasil Uji Kolmogrov-smirnov

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.06023087
Most Extreme Differences	Absolute	0.110
	Positive	0.110
	Negative	-0.056
Test Statistic		0.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
CSR	0.900	1.111
SIZE	0.935	1.070
SG	0.991	1.009
LEV	0.911	1.097

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan data tabel 2 nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas (independen) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan (SIZE), *Sales Growth* (SG), dan *Leverage* (LEV) lebih dari 0.100 dan nilai VIF dari masing-masing variabel bebas (independen) kurang dari 10.00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dari variabel bebas (independen) dalam model regresi penelitian.

### Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Sebelumnya). Dalam penelitian ini alat ukur untuk mendeteksi adanya autokorelasi menggunakan tes *Durbin Watson* (D-W). sebuah model dikatakan bebas dari autokorelasi jika  $du < d$  (*Durbin Watson*)  $< 4-du$  (Ghozali, 2016). Hasil pengujian data autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan hasil pengujian autokorelasi menggunakan (k) 4 proksi variabel bebas dengan jumlah sampel observasi (N) sebesar 45. Nilai *Durbin Watson* berdasarkan tabel diatas adalah 1,954, dimana nilai ini akan dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* yang menggunakan nilai signifikansi 0,05 atau 5%. Diperoleh nilai batas atas *Durbin Watson* ( $du$ ) sebesar 1,7200 dan nilai  $4-du$  ( $4-1,7200$ ) sama dengan 2,280. Dapat dikatakan bahwa data penelitian ini terbebas dari autokorelasi karena angka uji *Durbin Watson* ada diantara 1,7200 dan 2,280 ( $1,7200 < 1,954 < 2,280$ ). Maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima.

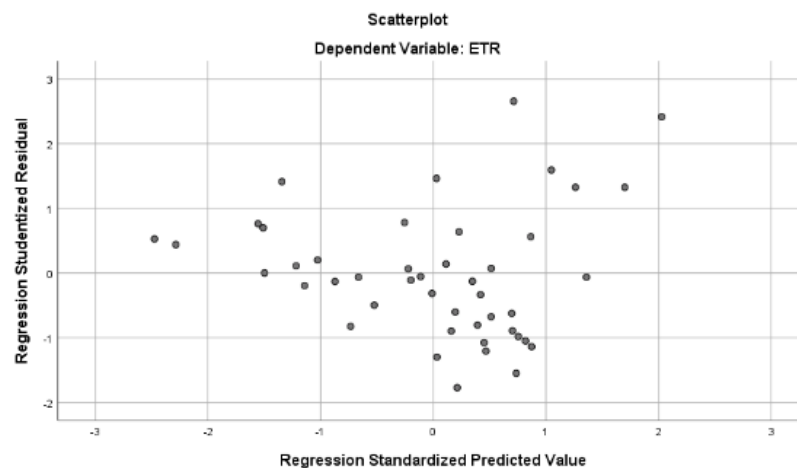
### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain dengan hipotesis sebagai berikut (Gambar 1).

**Tabel 3.** Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.822 <sup>a</sup>	0.675	0.643	0.06317	1.954

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022



Gambar 1. Scatterplot

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Table 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	-0.438	0.097		-4.507	0.000		
CSR	0.966	0.136	0.677	7.123	0.000	0.900	1.111
SIZE	-6.3925	0.000	-0.147	-1.577	0.123	0.935	1.070
SG	-0.001	0.000	-0.197	-2.181	0.035	0.991	1.009
LEV	0.192	0.059	0.307	3.254	0.002	0.911	1.097

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2016) analisis regresi linear pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel independen (bebas). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan*, *Sales Growth*, dan *Leverage*. Sedangkan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Agresivitas Pajak yang diukur menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*. Hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4. Dari tabel 4 persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y: -0.438 + 0.966x_1 - 0.000064x_2 - 0.001x_3 + 0.192x_4 + e$$

Keterangan:

Y = Agresivitas Pajak (ETR)

X1 = *Corporate Social Responsibility (CSR)*

X2 = *Ukuran Perusahaan (SIZE)*

X3 = *Sales Growth (SG)* X4 = *Leverage (LEV)*

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar -0.438 yang menunjukkan bahwa jika variabel *Corporate Social Responsibility*, Ukuran perusahaan, *Sales growth*, dan *leverage* diasumsikan konstan atau sama dengan 0, maka tingkat agresivitas pajak akan mengalami penurunan.

b. Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai 0.966 hal ini berarti jika tingkat pengungkapan CSR semakin tinggi, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya, apabila tingkat pengungkapan CSR rendah, maka perusahaan tersebut cenderung tidak melakukan agresivitas pajak.

c. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan

Koefisien regresi Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai negatif sebesar -0.000064. Hal ini berarti jika semakin besar suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut cenderung tidak melakukan kegiatan agresivitas pajak. Begitupun sebaliknya, jika semakin kecil skala suatu perusahaan maka dapat dikatakan perusahaan tersebut cenderung melakukan agresivitas pajak

d. Koefisien regresi *Sales Growth*

Koefisien regresi *Sales Growth* menunjukkan nilai negatif sebesar -0,001. Hal ini menunjukkan jika pertumbuhan penjualan pada perusahaan meningkat, maka perusahaan cenderung tidak melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya apabila pertumbuhan penjualan mengalami penurunan, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak.

e. Koefisien regresi *Leverage*

Koefisien regresi *Leverage* menunjukkan nilai positif sebesar 0.192. Hal ini menunjukkan jika tingkat *leverage* suatu perusahaan tinggi, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya, apabila tingkat *leverage* suatu perusahaan rendah, maka perusahaan tersebut diindikasikan tidak melakukan agresivitas pajak.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh. Kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2016).



**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.822a	0.675	0.643	0.06317	1.954

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada nilai *adjusted R<sup>2</sup>*. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* pada tabel diatas adalah 0.643 yang berarti sama dengan 64,3% variabel *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, dan *Leverage* mempengaruhi Agresivitas Pajak. Sedangkan sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian.

### Uji t

Pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel CSR menggunakan rumus CSRi diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00001 ( $0.00001 < 0.05$ ), maka dapat dikatakan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung > ttabel yang mana thitung variabel CSR senilai 7.123 dan lebih besar dari ttabel 2.021. jadi,  $H_a$  diterima, hal ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh variabel Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel Ukuran perusahaan menggunakan total aset perusahaan sampel dan diketahui nilai signifikansi sebesar 0,123 ( $0,123 > 0,05$ ), maka dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung > ttabel yang mana thitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 1.577 dan lebih kecil dari ttabel 2.021. jadi,  $H_a$  ditolak, hal ini dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh variabel *Sales Growth* terhadap Agresivitas Pajak. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *sales growth* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,035 ( $0,035 < 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap aktivitas agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung *Sales Growth* sebesar negatif 2.181 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021, jadi  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh *Leverage* terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *Leverage* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ), maka dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung *Leverage* positif sebesar 3.254 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021, jadi  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.



Hal ini menunjukkan jika tingkat *leverage* suatu perusahaan tinggi, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya, apabila tingkat *leverage* suatu perusahaan rendah, maka perusahaan tersebut diindikasikan tidak melakukan agresivitas pajak, hal ini menunjukkan *Leverage* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

### Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan karakteristik perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021.

### Pengaruh pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis pertama adalah untuk mengetahui apakah variabel CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan tambang. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel CSR menggunakan rumus CSRI diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.00001 ( $0.00001 < 0.05$ ), maka dapat dikatakan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang mana  $t_{hitung}$  variabel CSR senilai 7.123 dan lebih besar dari  $t_{tabel}$  2.021. jadi,  $H_a$  diterima, hal ini dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Perhitungan skor pengungkapan CSR dilihat berdasarkan kriteria pengungkapan CSR pada GRI Standar 2016. Menurut Sunaryo (2015:22), pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan yang akan memberikan banyak manfaat bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan CSR dinilai akan bermanfaat untuk meminimalisasi *legitimacy gap* melalui peningkatan kesesuaian antara operasional perusahaan dengan pengharapan masyarakat. Berdasarkan teori legitimasi, CSR dapat mengurangi pengaruh negatif penghindaran pajak. Hal ini membuat CSR dijadikan tameng perusahaan agar tidak terdeteksi oleh negara saat melakukan praktek penghindaran pajak. Sehingga semakin luas indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure (GRI Sustainability Report)* maka aktivitas penghindaran pajak semakin meningkat. Secara logika, pengimplementasian dari *sustainability report* membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan untuk memaksimalkan laba, perusahaan akan menggunakan segala cara termasuk agresif di dalam penghindaran pajak. Hal ini sejalan dengan pendapat Winarsih dan Prasetyono (dalam Maraya dan Yendrawati, 2016), karena perusahaan mempunyai kewajiban ganda dalam mengalokasikan dana untuk kegiatan CSR dan membayar pajak maka hal ini yang menyebabkan perusahaan semakin agresif dalam perpajakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maraya dan Yendrawati (2016) yang menyatakan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak khususnya penghindaran pajak, dibuktikan dengan hasil Besarnya koefisien regresi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu 0,814 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,000 > 0,05$  namun bernilai positif maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Febrianti dan Sofiyanty (2022). Dengan demikian H1 yang menyatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas pajak diterima.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel Ukuran perusahaan menggunakan total asset perusahaan sampel dan diketahui nilai signifikansi sebesar 0,123 ( $0,123 > 0,05$ ), maka dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung  $>$  ttabel yang mana thitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 1.577 dan lebih kecil dari ttabel 2.021. jadi, Ha ditolak, hal ini dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Menurut Harjito dkk. (2017) menyatakan bahwa semakin besar total aktiva menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka transaksi yang dilakukan semakin kompleks. Akibatnya, hal ini memungkinkan perusahaan memanfaatkan celah yang ada untuk melakukan agresivitas pajak. Namun dalam hasil penelitian ini ukuran perusahaan tidak terbukti mempengaruhi agresivitas pajak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada kemungkinan perusahaan menengah maupun kecil juga melakukan kegiatan agresivitas pajak. Jadi tidak hanya perusahaan besar yang melakukannya. Hal ini disebabkan karena membayar pajak adalah sebuah kewajiban bagi seluruh warga negara, pajak juga masih dianggap sebagai beban baik untuk perusahaan maupun oleh orang pribadi. Perusahaan besar maupun kecil memiliki kewajiban yang sama untuk menyetorkan pajak kepada negara, sehingga ukuran perusahaan tidak mempengaruhi keputusan manajemen dalam melakukan penghindaran pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susanto dkk. (2018) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan agresivitas pajak, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.333 > 0.05$ . Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Noviyani dan Mu'id (2019) dengan kesimpulan yang sama. Berdasarkan hasil penelitian ini maka H3 yang menyatakan variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak ditolak.

**Pengaruh *Sales Growth* terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *sales growth* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,035 ( $0,035 < 0,05$ ). Hal ini berarti bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap aktivitas agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung *Sales Growth* sebesar negative 2.181 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021, jadi  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Hal ini menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan pertumbuhan penjualannya meningkat, karena semakin tinggi nilai *Sales Growth* maka semakin tinggi nilai ETR, hal ini menggambarkan bahwa tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan rendah bahkan dapat dikatakan tidak melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya apabila pertumbuhan penjualan mengalami penurunan, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif besar akan memberikan peluang untuk memperoleh laba yang besar dan mampu untuk melakukan pembayaran pajak. Apabila laba yang dihasilkan perusahaan adalah besar, maka perusahaan akan melakukan perencanaan pajak yang semakin baik pula. Oleh karena itu, kemungkinan perusahaan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak akan menjadi rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fionasari dkk (2020) yang dibuktikan dengan nilai thitung sebesar  $-2,953 > \text{ttabel}$  dengan nilai 2,002 dengan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$  serta penelitian dari Susanti dan Satyawati (2020). Berdasarkan hasil penelitian ini maka  $H_3$  yang menyatakan variabel *Sales Growth* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak diterima

**Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *Leverage* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ), maka dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain itu nilai thitung *Leverage* positif sebesar 3.254 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021, jadi  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Dalam Pasal 6 ayat (1) huruf a UU No. 36 Tahun 2008 menyebutkan bahwa bunga sebagai bagian dari biaya usaha yang dapat dikurangkan sebagai biaya (*tax deductible*) dalam proses perhitungan PPh Badan. Secara logika, semakin tinggi nilai dari rasio *leverage*, berarti semakin tinggi jumlah pendanaan dari utang pihak ketiga yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin tinggi akan memberikan pengaruh berkurangnya beban pajak perusahaan. Sehingga perusahaan akan menggunakan rasio *leverage* yang tinggi untuk praktik perencanaan pajak yang agresif, seperti penghindaran pajak. Menurut Gazali dkk. (2020), semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin tinggi beban bunga akibat utang yang berdampak pada

kecilnya laba yang diterima perusahaan. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi rasio *leverage*, semakin tinggi tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tambang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawati (2019) tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak, bahwa *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Diperkuat oleh penelitian Gazali dkk (2020), serta Susanto dan Veronica (2022). Berdasarkan hasil penelitian ini maka H4 yang menyatakan variabel *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak diterima.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti melalui beberapa uji yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.00001 ( $0.00001 < 0.05$ ), dan nilai thitung > ttabel yang mana thitung variabel CSR adalah positif senilai 2.493 dan lebih besar dari ttabel 2.021. Koefisien regresi CSR menunjukkan nilai 0.966. Hal ini dapat disimpulkan bahwa CSR secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak yang berarti jika tingkat pengungkapan CSR semakin tinggi, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,123 ( $0,123 > 0,05$ ), dan nilai thitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 1.577 dan lebih kecil dari ttabel 2.021. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak maka hasil tersebut menunjukkan bahwa ada kemungkinan perusahaan menengah maupun kecil juga melakukan kegiatan agresivitas pajak. Jadi tidak hanya perusahaan besar yang melakukannya. Hal ini disebabkan karena membayar pajak adalah sebuah kewajiban bagi seluruh warga negara, selain itu pajak juga masih dianggap sebagai beban baik untuk perusahaan maupun oleh orang pribadi. *Sales Growth* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,035 ( $0,035 < 0,05$ ). Selain itu nilai thitung *Sales Growth* sebesar negatif 2.181 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021. Hal ini menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan pertumbuhan penjualannya meningkat, karena semakin tinggi nilai *Sales Growth* maka semakin tinggi nilai ETR, ini menggambarkan bahwa tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan rendah bahkan dapat dikatakan tidak melakukan Agresivitas Pajak. Sebaliknya apabila pertumbuhan penjualan mengalami penurunan, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. *Leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 ( $0,002 < 0,05$ ), selain itu nilai thitung *Leverage* sebesar 3.254 yang mana lebih besar dari ttabel 2.021 Hal ini menunjukkan jika tingkat leverage suatu perusahaan tinggi, maka perusahaan cenderung melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya, apabila tingkat leverage suatu perusahaan rendah, maka perusahaan tersebut diindikasikan tidak melakukan agresivitas pajak.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alfian, A., dan Sabeni, A. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemilihan Konservatisme Akuntansi. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(3), 123-132.
- Anggita, M., Putri, T., & Kurniawan, A. (2019). The Effect of Tax Avoidance, Earnings Management and Political Connection on Corporate Social Responsibility Disclosure : Indonesian Manufacturing Companies Evidence. *Accruals (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 3(2), 212-225. <https://doi.org/10.35310/accruals.v3i2.116>.
- Atari, J., Nasir, A., Ilham, E. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Tax Aggressive (Studi Empiris Pada Perusahaan Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 3(1), 1137-1149
- Deitiana, T. (2011). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13(1), 57 - 66. <https://doi.org/10.34208/jba.v13i1.217>.
- Fatkhurrozi, N. K., dan Kurnia. (2021). Pengaruh *Capital Intensity*, *Sales Growth*, *Deferred Tax Expense*, dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019). *e- Proceedings of Management*, 1030-1039.
- Febrianti, N. D., dan Sofianty, D. (2022). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Tax Avoidance. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2, 238-244.
- Fionasari, D., Putri, A. A., dan Sanjaya, P. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. *Jurnal IAKP*, 1(1), 28-40.
- Gazali, A., Karamoy, H., dan Gamaliel, H. (2020). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional dan Arus Kas Operasi Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "Goodwill"*, 11(2), 83-96.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, XXI, 425-436.
- Gunawan, P., dan Meiden, C. (2021). *Analisis Kepatuhan Sustainability Reporting*. PT. Aneka.
- Harjito, Y., Sari, C. N., dan Yulianto. (2017). Tax Aggressiveness Seen From Company Characteristics and Corporate Social Responsibility. *Journal of Audit, Finance, and Forensic Accounting*, 5(2), 77-91.
- Hendrawaty, D. E. (2017). *Excess Cash dalam Perspektif Teori Keagenan*. Anugrah Utama Raharja.
- Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 19-26.
- Jensen, M. C., dan Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kurniawati, E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 12(3), 408-419.
- Lanis, R., dan Richardson, G. (2013). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Agresivitas Pajak: Uji Teori Legitimasi. 26, 75-100.
- Firmansyah, A., Legowo, W., & Yuliana, S. (2021). Agresivitas Pajak pada Perusahaan Perdagangan di Indonesia: Profitabilitas, *Capital Intensity*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(1), 84-108. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i1.137>.
- Maraya, A. D., dan Yendrawati, R. (2016). Pengaruh *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap *Tax Avoidance*: Studi Empiris Pada Perusahaan Tambang dan CPO. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 20(2), 147-159.
- Mardiasmo, P. D. (2018). *Perpajakan*. ANDI.
- Meriam, A. (2019). Analisis Pengaruh *Firm Size*, Risiko Keuangan, dan Profitabilitas Terhadap Risiko Bisnis Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Dialektika*, 4, 39-49.



- Mgbame, C. O., Chijoke-Mgbame, M. A., Yekini, S., & Yekini, C. K. (2017). Corporate Social Responsibility Performance and Tax Aggressiveness. *Journal of Accounting and Taxation*, 9(8), 101-108.
- Noviyani, E., dan Mu'id, D. (2019). Pengaruh Return On Assets, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1-11.
- Nugraha, M. I., dan Mulyani, S. D. (2019). Peran Leverage Sebagai Pemediasi Pengaruh Karakter Eksekutif, Kompensasi Eksekutif, Capital Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. 301-324. doi:DOI: <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5575>
- Pranata, I. P., Adhitanaya, K., Rizaldi, M. F., Winanda, G. B., Lestari, N. M., dan Astuti, P. D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak: An. *Jurnal Universal Akuntansi dan Keuangan* 9, 6. doi:10.13189/ujaf.2021.090624
- Purnomo, M. M. (2021). Pengaruh Media Exposure, Sensitivitas Industri, Dan Growth Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *PARSIMONIA*, 8, 27-41. Purwanti, S. M., dan Sugiyarti, L. (2017). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Pertumbuhan Penjualan Dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1625-1642.
- Ramadhani, W. S., Triyanto, D. N., dan Kurnia, K. (2020). Pengaruh Hedging, Financial Lease dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5. doi:<https://doi.org/10.30871/jaat.v5i1.1890>
- Rudangga, I. G., dan Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan . *E-Journal Manajemen Unud*, 4394-4422. Siregar, R., dan Widyawati, D. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryo. (2015). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Kajian*. Anugerah Utama Raharja.



- Susanti, D., dan Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1).
- Susanto, A., dan Veronica. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Karakteristik Perusahaan terhadap Praktik Penghindaran Pajak Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6.
- Vacca, A., Lazzi, A., Vrontis, D., dan Fait, M. (2020). The Role of Gender Diversity on Tax Aggressiveness and Corporate Social Responsibility: Evidence from Italian Listed Companies. *MDPI*, 1-14. doi:doi.org/10.3390/su12052007
- Wibawa, S. D., dan Nursiam. (2021). Pengaruh Sales Growth, Manajemen Laba, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas. *Seminar Nasional dan Call for Papers*, 1-15.
- Widjaja, S. R., dan Natakoesoemah, S. (2021). Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program BRIncubator. *COMMUNICATION*, 12, 34-43.
- Winarsih, P., dan Kusufi, M. S. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Tindakan Pajak Agresif. *Simposium Nasional Akuntansi XVII*.
- Yuliarini, N. N., dan Marhaeni, A. A. (2019). *Metode Riset Jilid 2*. Denpasar: Sastra Utama.
- Zeng, T. (2019). Relationship between corporate social responsibility and tax avoidance: international evidence. *EconPapers Economic at Your Fingertips*, 15, 244-257. doi:https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0056.