

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Program Strata 1 (S.1) dalam Ilmu Akuntansi Syariah



Oleh :

Putri Awalia (2005046054)

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Putri Awalia
NIM : 2005046054
Judul : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/baik, pada tanggal :

20 Maret 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 26 Maret 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Fajar Adhitya, S.Pd., MM.
NIP. 198910092015031003

Penguji I

Prof. Dr. Mujiyono Abdillah, MA.
NIP. 195902151985031005

Pembimbing I

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Sekretaris Sidang

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Penguji II

Siti Nurngaini, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198312012015032004

Pembimbing II

Siti Nurngaini, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198312012015032004



PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454
Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id - Email : febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n Sdri. Putri Awalia

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum W; Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara

Nama : Putri Awalia
NIM : 2005046054
Program Studi : S1 Akuntansi Syariah
Judul : Pengaruh Profitabilitas, *leverage*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Dengan ini, kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum W; Wb

Semarang, 23 Februari 2024

PEMBIMBING

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 19710908 200212 1 001

Siti Nurgaini, S. Sos.I. M.Si.
NIP. 19831201 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Putri Awalia
NIM : 2005046054
Judul : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/baik, pada tanggal :

20 Maret 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 26 Maret 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Fajar Adhitva, S.Pd., MM.
NIP. 198910092015031003

Penguji I

Prof. Dr. Mujiyono Abdillah, MA.
NIP. 195902151985031005

Pembimbing I

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Sekretaris Sidang

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Penguji II

Siti Nurngani, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198312012015032004

Pembimbing II

Siti Nurngani, S.Sos.I., M.Si.
NIP. 198312012015032004



MOTTO

- وفاء الضريبة من الايمان -

The Real Mukmin is Obey The Taxes

“Mukmin Sejati Taat Pajak”

(By : Prof. DR. Mujiyono Abdillah, MA.)”

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini untuk:

Kedua Orang Tua Tercinta

Teristimewa kedua orang tua saya. Bapak Tukiman yang telah menjadi motivator terbaik dalam kehidupan saya sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah, dan Mama Wuryanti saya ucapkan terima kasih atas jasa, iringan doa dan penyemangat yang tak henti-hentinya diberikan dalam mengiringi setiap perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan sampai jenjang ini semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberi kesehatan dan tunggu sukses anak kalian ini ya.

Kakakku Tersayang

Kakak perempuan saya, Trianasari yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa kepada adiknya. Terima kasih sudah jadi kakak terbaik saya, skripsi sederhana ini saya persembahkan untukmu.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022) tidak berisi materi yang telah atau pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan, belum pernah ditelaah atau dipublikasikan oleh pihak lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pemikiran pihak lain, kecuali informasi yang terdaftar dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 4 Maret 2024

Deklarator



Putri Awalia

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Bc
ت	Ta	T	Tc
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Jc
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	Dc
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ض	Ḍad	Ḍ	Dc (dengan titik diatas)

ط	Ṭa	Ṭ	Tc (dengan titik diatas)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ء	‘Ain	‘ _	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	_’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

َ - = a

ِ - = i

ُ - = u

C. Diftong

اي = ay

او = aw

D. Syaddah (ّ ّ -)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطب al-thibb

E. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan al- ... misalnya الصناعة = al-shin'ah. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutoh (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya المعيشن الطبيعي = al-ma'isyah al-thabi'iyah.

ABSTRAK

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2007, pajak merupakan kontribusi wajib oleh orang atau badan kepada negara yang terutang berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Penerimaan pajak di Indonesia belum memenuhi target, dilihat dari perolehan tahun 2019 yang hanya teralisasi 84,5%. Salah satu penyebabnya yaitu penerimaan pajak yang terendah dari pajak badan atau perusahaan, seperti halnya perusahaan sektor barang konsumen primer yang tumbuh minus 19,6 % ditahun 2019 dan salah satunya disebabkan karena terjadi tindakan agresivitas pajak. Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility (CSR)*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility (CSR)* terhadap agresivitas pajak. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengampilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Dari populasi perusahaan sektor barang konsumen primer sebanyak 76 didapatkan 19 perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian ini. Analisis regresi yang digunakan adalah regresi data panel menggunakan software *eviews 12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan *leverage* dan *CSR* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Agresivitas Pajak

ABSTRACT

Based on Article 1 number 1 of Law no. 28 of 2007, tax is a mandatory contribution by a person or entity to the state that is owed based on law, without receiving direct reciprocity and is used for state needs for the prosperity of the people. Tax revenue in Indonesia has not yet met the target, seen from the 2019 revenue which was only realized at 84.5%. One of the causes is the lowest tax revenue from corporate or corporate taxes, such as companies in the primary consumer goods sector which grew minus 19.6% in 2019 and one of the reasons is due to tax aggressiveness. The factors that influence tax aggressiveness in this research are profitability, leverage, and corporate social responsibility (CSR).

The aim of this research is to understand the influence of profitability, leverage, corporate social responsibility (CSR) on tax aggressiveness. This research method uses a quantitative approach. The sample collection technique used in this research is the purposive sampling method. From a population of 76 primary consumer goods sector companies, 19 companies were used as the sample for this research. The regression analysis used is panel data regression using evIEWS 12 software. The research results show that profitability has a negative and significant effect on tax aggressiveness. Meanwhile, leverage and CSR have no effect on tax aggressiveness.

Keywords: *Profitability, Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR), Tax Aggressiveness*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, hanya kepada Allah Swt. Atas rahmat, nikmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terlepas dari beberapa kendala, tantangan dan struggle yang penulis hadapi selama prosesnya, bukan sama sekali karena kehebatan penulis, namun semata-mata karena pertolongan Allah Swt. Beribu syukur yang terungkap beriringan dengan curahan shalawat serta salam kepada Sang Baginda Nabi Muhammad Saw., keluarga beliau, para sahabat terpilih, dan para tābi'īn serta kepada seluruh umatnya. Semoga kita termasuk golongan umat yang diakui oleh beliau serta memperoleh syafa'atnya kelak di hari akhir. *Āamīn Yā Rabb al- 'ālamīn*.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)” disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis telah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt, CA, CPA, CRA, CRP selaku Kepala Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Warno, S.E, M.Si, SAS selaku Sekertaris Jurusan Akuntansi Syariah UIN Walisongo Semarang.

5. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag., MM selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Siti Nurngaini, S.Sos.I, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Karyawan UIN Walisongo Semarang terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama Jurusan Akuntansi Syariah yang telah memberikan ilmunya dan pelayanan kepada penulis selama menempuh studi di UIN Walisongo Semarang.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Tukiman dan Mama Wuryanti yang senantiasa memberi dukungan, kasih sayang, bantuan, motivasi, serta doa yang senantiasa mengiringi penulis, berjuang zahir dan batin sampai detik ini untuk selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan studi. Semoga pencapaian ini menjadi awal yang tepat untuk seluruh cita-cita penulis dan menjadi *wasilah* memuliakan keduanya.
9. Keluarga besar Akuntansi Syariah 2020, khususnya AKS B yang telah menemani berjuang bersama dan memberi inspirasi serta motivasi kepada penulis.
10. Untuk sahabat saya Novita Suci Rahayu, Tyas Prasetyawati, Alifatun Khasanah, Riski Agustina, Shabrina Ratri W., Shofi Zulfani, Jiwanti Mulianasari, Sely Aprilia, dan Rohibatunnisa adalah pilihan yang selalu berada kebersamai dalam perjuangan dan selalu saya mau repotkan. Terima kasih atas dukungan, semangat dan doanya selama ini dan semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Terima kasih atas keikhlasan, doa dan kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap

semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan serta memberikan kontribusi positif khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya. *Aamiin Yaa Rabbal Alamin.*

Semarang, 4 Maret 2024

Penulis

Putri Awalia

NIM.2005046054

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
DEKLARASI.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LITERATUR REVIEW	11
A. Landasan Teori	11
1. Teori Kepatuhan (<i>Compliance Theory</i>)	11
2. Teori SET (<i>Syariah EnterpriseTheory</i>).....	13
B. Agresivitas pajak.....	16
C. Profitabilitas.....	21
D. Leverage.....	24
E. Corporate Social Responbility (CSR).....	26
F. Penelitian Terdahulu	30
G. Rumusan Hipotesis	35
H. Kerangka Berpikir Penelitian.....	37

I.	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
A.	Jenis Penelitian	39
B.	Populasi dan Sampel	39
C.	Jenis dan Sumber Data.....	41
D.	Definisi Operasional Variabel.....	41
E.	Teknik Analisis Data	43
1.	Analisis Statistik Deskriptif	43
2.	Pendekatan Model Regresi Data Panel	43
3.	Pemilihan Model Regresi Data Panel	44
4.	Analisis Regresi	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		50
A.	Deskripsi Objek Penelitian	50
B.	Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	52
C.	Deskripsi Data.....	53
D.	Hasil Analisis Data	60
1.	Anlisis statistik Deskriptif.....	60
E.	Pendekatan Model Regresi Data Panel	61
1.	<i>Common Effect Model (CEM)</i>	61
2.	<i>Fixed Effect Model (FEM)</i>	62
3.	<i>Random Effect Model (REM)</i>	63
F.	Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	64
1)	Uji Chow.....	65
2)	Uji Hausman	65
3)	<i>Uji Lagrange Multiplier (LM)</i>	66
G.	Uji Hipotesis	67
1.	Hasil Analisis Regresi Data Panel	67
2.	Uji Parsial (Uji T)	68
H.	Koefisien Determinasi	70
1.	Hasil Uji (R ²).....	70

I. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN - LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak di Indonesia.....	3
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4 Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	45
Tabel 5 Rincian Sampel Penelitian.....	50
Tabel 6 Daftar Sampel Penelitian.....	52
Tabel 7 Profitabilitas Perusahaan Tahun 2019-2022.....	54
Tabel 8 Leverage Perusahaan Tahun 2019-2022.....	57
Tabel 9 CSR Perusahaan Tahun 2019-2022.....	59
Tabel 10 ETR Tahun 2019-2022.....	51
Tabel 11 Hasil Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 12 Hasil Uji Common Effect Model.....	62
Tabel 13 Hasil Uji Fixed Effect Model.....	63
Tabel 14 Hasil Uji Random Effect Model.....	62
Tabel 15 Hasil Uji Chow.....	65
Tabel 16 Hasil Uji Hausman.....	66
Tabel 17 Hasil Lagrange Multiplier.....	66
Tabel 18 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	67
Tabel 19 Hasil Analisis Regresi Data Panel.....	67
Tabel 20 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	68
Tabel 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 22 Hasil Uji Hipotesis.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 2 Langkah-Langkah Penelitian.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi secara global, menuntut adanya persaingan yang ketat dalam dunia bisnis saat ini. Perusahaan berlomba-lomba melakukan segala cara untuk menghadapi persaingan tersebut. Perusahaan yang tidak mampu bersaing perlahan akan mulai tergusur dari dunia bisnis karena tidak mampu mempertahankan kinerja perusahaannya, maka tentu perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal melalui berbagai macam cara. Salah satu strategi perusahaan dalam meningkatkan laba adalah melakukan agresivitas pajak, yaitu strategi dalam mengurangi beban pajaknya agar perusahaan laba yang optimal¹.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 yang berbunyi “Pajak merupakan kontribusi wajib oleh orang atau badan kepada negara yang terutang berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.² Faktanya, pajak bukan sekedar wujud dari sebuah kepatuhan kepada negara, tetapi juga merupakan sumber penerimaan negara yang sangat strategis dan dapat diandalkan. Oleh sebab itu, negara selalu mengupayakan pengoptimalan penerimaan dalam sektor pajak. Memaksimalkan penerimaan pajak sangat perlu digerakkan untuk tujuan tercapainya sasaran penerimaan pajak dalam APBN yang tentunya akan berbanding lurus dengan meningkatnya kegiatan perekonomian negara. Rasa kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak telah mendukung pemerintah dan negara dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia dan

¹ Hafulyon, “Perkembangan Ekonomi Global,” *Jurnal Ilmiah Syariah* 9 (2010): 133–46, <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Juris/article/view/912>.

² Angga Hidayat and Riri Muliastari, “Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan,” *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8, no. 1 (2020): 28–36, <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.183>.

berkontribusi dalam pembangunan negara. Hal ini menjadi catatan penting bagi pemerintah untuk mengembangkan kebijakan yang konsisten serta sesuai ketentuan dan peraturan perpajakan dengan merujuk faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penerimaan pajak. telah ikut serta meringankan pemerintah dan negara dalam upaya meningkatkan kemakmuran masyarakat Indonesia dan ikut berkontribusi dalam rangka pembangunan nasional.

Tax ratio atau rasio pajak adalah sebuah perbandingan atau presentase penerimaan pajak atas Produk Domestik Bruto (PDB) dimana hal tersebut juga merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari peningkatan PDB (*Product Domestic Bruto*) dari tahun ke tahun. Dampak secara langsung yang dapat dirasakan adalah adanya kemandirian dalam pembiayaan pembangunan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat, salah satunya adalah melalui peningkatan pelayanan publik. Salah satu indikator untuk menganalisis pertumbuhan suatu negara ialah melalui sektor penerimaan negara berupa pajak. Komponen penerimaan negara Indonesia terbesar saat ini adalah pajak. Penerimaan negara berupa pajak menjadi sumber pendapatan utama dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Republik Indonesia. Angka penerimaan negara yang bersumber dari pajak di Indonesia mendominasi lebih dari 80 persen total pendapatan negara, dan sisanya merupakan penerimaan negara non pajak.³

Berdasarkan pengumuman yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan berkenaan dengan evaluasi penerimaan pajak di akhir tahun 2019-2022, terjadi penurunan jumlah realisasi penerimaan pajak tahun 2019-2020 tidak mencapai target atau kurang dari 100%. Hal ini menandakan pemerintah gagal untuk mencapai target pajak pada tahun-tahun tersebut. Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Tahun 2020 berpendapat ada beberapa faktor ekonomi makro yang menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan negara di sektor perpajakan yakni, melambatnya kegiatan ekonomi yang memicu perlambatan pertumbuhan ekonomi di sektor industri, sektor pertambangan

³ Arridho Abduh Nurfazlin, "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Bara Di BEI Tahun 2015-2019)" 2, no. 2 (2021): 151-69.

dan pengolahannya, serta melesunya impor, turunnya harga minyak kelapa sawit di kancah perdagangan internasional.

Adapun standar yang ditetapkan oleh *International Monetary Fund* (IMF) yaitu sebesar 15%. Dilihat dari *tax ratio* Indonesia, *tax ratio* Indonesia tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari *tax ratio* Indonesia yang dipublikasi oleh OECD. Bahwa *Tax Ratio* Indonesia pada tahun 2020 terendah jika di bandingkan dengan Negara-negara lain di kawasan Asia Pasifik. Terdapat empat tahun terakhir, target penerimaan pajak oleh pemerintah yang tercantum dalam APBN mengalami peningkatan dan penurunan⁴.

Tabel 1
Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak di Indonesia

Tahun	Target Penerimaan Pajak (dalam triliun rupiah)	Realisasi Penerimaan Pajak (dalam triliun rupiah)	Tingkat Pencapaian
2019	1.577,56	1.332,67	84,5%
2020	1.198,82	1.072,11	89,4%
2021	1.229,6	1.278,63	104,0%
2022	1.485	1.716,77	115,6%

Sumber : Kementerian Keuangan (Diolah Peneliti, 2022)

Kementerian Keuangan RI menyatakan bahwa penerimaan pajak belum dapat terealisasi dengan maksimal apabila dilihat dari target yang telah ditetapkan, dimana realisasi penerimaan pajak terhadap target pajak dari tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan, sedangkan tahun 2020 sampai 2022 persentasenya mengalami kenaikan. Akan tetapi, Pada tahun 2019 realisasi penerimaan pajak tercatat sebesar Rp 1.332,67 dari yang ditargetkan oleh APBN sebesar Rp 1.577,56. Sedangkan pada tahun 2020 realisasi penerimaan pajak sebesar Rp1.072,11 triliun atau terkontraksi -19,6% dibandingkan

⁴ Yogie Noorprasetya, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance," *Jurnal Budgeting* 1, no. 2 (2023): 80–92, <https://doi.org/10.51510/budgeting.v1i2.476>.

realisasi tahun 2019 dari yang ditargetkan oleh APBN sebesar Rp 1.198,82 triliun. Dari tahun 2019 hingga 2022 realisasi penerimaan pajak yang paling sedikit terjadi pada tahun 2020 yaitu 89,4% atau terkontraksi -19,6%, dan pada tahun 2022 merupakan perolehan pajak yang paling besar yaitu 115,6%.

Penerimaan Pajak yang ditetapkan di Indonesia selama ini belum memenuhi target yang telah ditetapkan pemerintah.⁵ Belum mampunya pemerintah dalam memaksimalkan realisasi penerimaan pajak yang sesuai dengan targetnya, maka menimbulkan sesuatu yang perlu dipertanyakan, yaitu apakah ada tindakan yang dilakukan oleh wajib pajak yang dimulai dari melakukan penghindaran dalam pembayaran pajak dalam bentuk legal atau ilegal yang disebut dengan tindakan agresivitas pajak, atau pemungutan pajak yang sebenarnya belum dapat terlaksana secara baik dan maksimal.

Semakin tinggi pendapatan perusahaan, semakin tinggi pula jumlah pajak yang harus dibayar. Menurut pandangan ini, hasilnya adalah perusahaan selalu berusaha meminimalkan pembayaran pajak untuk memaksimalkan laba bersih. Peningkatan pemungutan pajak tidak hanya bergantung pada peran Dirjen Pajak, tetapi juga membutuhkan peran serta dan semangat dari wajib pajak itu sendiri. Kesadaran Wajib Pajak untuk membayar pajaknya telah memberikan kontribusi kepada pemerintah dan negara dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia, serta berpartisipasi dalam upaya pembangunan negara Indonesia Secara umum.⁶ Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mewaspadai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pajak sehingga dapat dirancang kebijakan yang tepat agar sesuai dengan peraturan dan ketentuan perpajakan.

⁵ Ida Bagus Putu Fajar Adisamartha and Naniek Noviari, "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Intensitas Persediaan Dan Intensitas Aset Tetap Pada Tingkat Agresivitas Wajib Pajak Badan," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 13 (2015): 973–1000, <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/repositori/45062de0ced5bfa97cb61e8ee2dfee17.pdf>.

⁶ putu Ayu Seri Andhari and I Made Sukartha, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity Dan leverage Pada Agresivitas Pajak," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 18.3, no. 2017 (2017): 2115–42.

Terdapat unsur memaksa dalam pajak, dan banyak perusahaan sebagai wajib pajak menuntut penolakan pajak. Salah satu kendala pemerintah untuk mengoptimalkan sektor perpajakan adalah adanya praktik penghindaran pajak oleh perusahaan. Alasan utama perusahaan melakukan ini adalah karena para pelaku bisnis melihat pajak sebagai beban investasi dan memakan keuntungan mereka. Salah satu cara untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan adalah dengan meminimalkan beban pajak perusahaan. Upaya sedang dilakukan untuk tujuan ini. Artinya, perusahaan berusaha mencari celah dalam praktik penghindaran pajak, baik legal, ilegal, atau keduanya. Hal ini akan meminimalkan jumlah beban pajak yang diserahkan kepada negara. Strategi perusahaan untuk meminimalkan beban pajak sangat berbeda. Perusahaan yang agresif mengejar untuk meminimalkan pajak yang mereka bayarkan dapat dikatakan agresif pajak.⁷

Tindakan pajak agresif dapat dilakukan melalui mekanisme yang dikenal sebagai tax avoidance dan tax evasion. Bisnis yang melakukan perilaku pajak agresif tidak hanya muncul dari kegagalan wajib pajak untuk mematuhi undang-undang perpajakan, tetapi juga dapat muncul dari kegiatan yang bertujuan untuk menghemat dengan memanfaatkan undang-undang tersebut. Agresivitas pajak dapat diukur dengan skala *Effective Tax Rate* (ETR) yang paling umum digunakan dalam beberapa literatur. Beberapa perusahaan-perusahaan menghindari pajak dengan bermacam-macam cara dengan seperti, mengurangi penghasilan kena pajak perusahaan atau tetap menjaga laba perusahaan akuntansi keuangan sehingga ETR memiliki nilai signifikan < 0,05 (5%). Dengan demikian, ETR dapat untuk mengukur tingkat pajak agresif.⁸

⁷ Ari Wahyu Leksono, Setya Stanto Albertus, and Rendika Vhalery, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013–2017," *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5, no. 4 (2019): 301, <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4174>.

⁸ Hanik Lailatul Kuriah and Nur Fadjrih Asyik, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5, no. 3 (2016): 1–19.

Fenomena agresivitas pajak terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang telah melakukan penghindaran pajak. Praktik penghindaran pajak diinformasikan senilai Rp. 1,3 miliar, perkara tersebut berawal ketika PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mendirikan perusahaan baru dan mengalihkan aktiva, passiva, dan operasional Divisi Noodle (Pabrik mie instan) kepada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), hal tersebut dapat dikatakan melakukan pemekaran usaha untuk menghindari pajak, namun dengan pemekaran tersebut DJP tetap memberikan keputusan bahwa perusahaan harus tetap membayar pajak yang terhutang senilai Rp. 1,3 Miliar.⁹

Salah satu kasus agresivitas pajak perusahaan di Indonesia salah satunya terjadi pada perusahaan sektor barang konsumen primer. Menurut [laman nasional.kontan.co.id](http://laman.nasional.kontan.co.id) perusahaan tembakau milik British American Tobacco (BAT) melalui PT Bentoel Internasional Investama, Tbk melakukan penghindaran pajak di Indonesia. Pengalihan pendapatan keluar dari Indonesia dilakukan oleh BAT melalui dua cara¹⁰. *Cara pertama*, dilakukan PT Bentoel dengan mengambil pinjaman intra perusahaan antara tahun 2013 dan 2015 dari perusahaan terkait di Belanda yaitu Rohtmans Far East BV, untuk membiayai kembali pinjaman bank dan membayar mesin dan peralatan. Bentoel harus membayar total pinjaman sebesar Rp 2,25 triliun setara US \$164 juta. Bunga ini akan dikurangkan dari penghasilan kena pajak di Indonesia. *Cara kedua*, melalui pembayaran kembali ke Inggris untuk royalti, ongkos dan layanan. Royalti tahunan, biaya, dan pengeluaran IT yang dibayarkan oleh Bentoel berjumlah \$ 19,7 juta. Dengan demikian, tarif pajak

⁹ Khoirunnasikin Khoirunnasikin and Vivi Iswanti Nursyirwan, "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intensitas Aset Tetap Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer (Consumer Non-Cyclicals) Sub-Industri Liquors, Soft Drinks, Dairy ,," *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan* 4, no. 1 (2023): 84, <https://doi.org/10.35314/iakp.v4i1.3301>.

¹⁰ Ari Prabowo, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2018," *Jurnal STEI Ekonomi* 29, no. 01 (2020): 25–34, <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i01.336>.

perusahaan rata-rata pertahun adalah 25%, yang terdiri dari royalti US \$ 2,5 juta, beban US \$ 1,3 juta, dan biaya IT US \$ 1,1 juta.

Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor pertama yaitu *Profitabilitas*. Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam suatu periode. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi rasio profitabilitasnya. Perusahaan akan membayar beban pajak yang tinggi apabila laba perusahaan tinggi sebaliknya saat laba perusahaan rendah maka beban pajak yang harus ditanggung perusahaan juga rendah. Besarnya beban pajak yang harus ditanggung perusahaan dengan profitabilitas tinggi tidak memicu perusahaan melakukan agresivitas pajak karena perusahaan lebih mudah memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin rendah potensi perusahaan melakukan agresivitas pajak.

Selain *profitabilitas*, agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh faktor lain yaitu *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang mengukur besarnya penggunaan utang dalam perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan pembiayaan dari utang untuk berbagai keperluan perusahaan baik keperluan internal maupun keperluan eksternal.¹¹ Mengungkapkan bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi menunjukkan semakin banyak perusahaan tersebut dibiayai oleh utang daripada modalnya sendiri. Perusahaan yang menggunakan pembiayaan dari utang harus memenuhi beban pinjaman seperti beban bunga, angsuran maupun biaya lainnya yang timbul atas utang. Salah satu beban pinjaman yang dibayarkan dari pendapatan perusahaan dan memengaruhi jumlah pajak terutang adalah beban bunga. Beban bunga mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan saat memperhitungkan jumlah pajak terutang. Semakin besar beban bunga yang ditanggung perusahaan mengakibatkan semakin rendah beban pajak yang dibayarkan. Berdasarkan ulasan tersebut semakin

¹¹ Calvin V JayantoPurba and Hanif Dwi Dwi, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage, Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Lainnya Yang Terdaftar Di BEI," *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2020): 158–74, <https://doi.org/10.46576/bn.v3i2.1005>.

tinggi *leverage* maka semakin tinggi pula agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan.

Faktor berikutnya yang memengaruhi agresivitas pajak adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan indikator yang menunjukkan kepedulian dan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan kepada para pemangku kepentingannya dan masyarakat secara luas. Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR akan mendapatkan legitimasi serta hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingannya dapat terjalin. Di sisi lain perusahaan melalui pelaksanaan CSR dapat memanfaatkan biaya CSR sebagai pengurang beban pajak perusahaan¹². Pengungkapan kegiatan CSR perusahaan dapat menunjukkan tingkat agresivitas pajak perusahaan karena semakin tinggi pelaksanaan CSR mengakibatkan semakin agresif perusahaan untuk menurunkan pajaknya melalui biaya CSR.

Berdasarkan fenomena yang terjadi penelitian mengenai meningkatnya agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Namun, dalam penelitian yang telah dilakukan tersebut menunjukkan hasil yang beragam dengan variabel independen yang beragam pula, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Pajar Sidiq & Suhono mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.¹³ Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari Wahyu Lecaksono yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.¹⁴ Sedangkan menurut hasil penelitian yang

¹² Dewi Setyoningrum and Zulaikha, "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak," *Diponegoro Journal of Accounting* 8, no. 3 (2019): 1–15, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.

¹³ Pajar Sidik and Suhono, "Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak" 11 (2020): 1045–66.

¹⁴ Leksono, Albertus, and Vhalery, "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013–2017."

dilakukan oleh Andika Surya Kusuma & Maryono membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.¹⁵

Faktor lain yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah leverage. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Fitria yang menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak,¹⁶ kesimpulan tersebut didukung oleh penelitian Ilham Ahmad Maulana.¹⁷ Namun, hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Pajar Sidiq & Suhono yang menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak.¹⁸

Faktor lainnya yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanik Lailatul Kuriah & Nur Fadjrih Asyik menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.¹⁹ Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Sebastian, dkk yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.²⁰ Hasil tersebut menunjukkan bahwa melalui pelaksanaan CSR manajer perusahaan semakin melakukan kegiatan agresivitas pajak dengan memaksimalkan biaya CSR untuk mengurangi beban pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

¹⁵ Andika Surya Kusuma and Maryono Maryono, “Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak,” *Owner* 6, no. 2 (2022): 1888–98, <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.743>.

¹⁶ Agus Taufik Hidayat and Eta Febrina Fitria, “Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak,” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2018): 157–68, <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i2.289>.

¹⁷ Ilham Ahmad Maulana, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate,” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 12, no. 1 (2020): 13–20, <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1873.13-20>.

¹⁸ Sidik and Suhono, “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak.”

¹⁹ Kuriah and Asyik, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak.”

²⁰ Priyo Hari Adi Sebastian Soelistono, “Pengaruh Inventory Intensity, Capital Intensity, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak,” *Sakuntala* 1, no. 1 (2022): 1–13.

Juniati Guanwan menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.²¹ Pelaksanaan CSR tidak dilakukan untuk mengurangi agresivitas pajak melainkan untuk citra baik dari masyarakat.

Dari beberapa penelitian yang telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan hasil yang beragam menguji pengaruh variabel independent terhadap dependen, penelitian-penelitian terdahulu terfokus pada pengujian pengaruh profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan variabel-variabel lain sebagai variabel control. Terdapat ketidakkonsistenan sehingga mendorong peneliti untuk melakukan pengujian kembali atas ketidakkonsistenan tersebut.

Terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu teori. Penelitian yang mengkaji mengenai agresivitas pajak sudah banyak meneliti sebelumnya, namun masing-masing penelitian memiliki perbedaan penelitian sebelumnya sudah banyak yang meneliti menggunakan teori agensi, teori legitimasi, teori stakeholder maupun Teori Stewardship. Namun, belum ada yang meneliti dari sudut pandang yang berbeda yaitu Teori Kepatuhan dan *Syariah Enterprise Theory (SET)* menjelaskan bahwa teori ini yang melandasi akuntansi syariah. Dalam penelitian ini objek yang digunakan oleh penulis adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Penelitian ini hanya terfokus menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) untuk mengukur agresivitas pajak perusahaan.

Terdapat pembaharuan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini objek yang digunakan oleh penulis adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Penelitian ini hanya terfokus menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) untuk mengukur agresivitas pajak perusahaan.

²¹ Juniati Gunawan, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Agresivitas Perpajakan," *Journal of Accounting and Digital Finance* 2, no. 3 (2022): 216–26, <https://doi.org/10.53088/jadfi.v2i3.191>.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini akan memperjelas bagaimana agresivitas pajak dipengaruhi profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu, judul penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak.
2. Penelitian ini untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak.
3. Penelitian ini untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharap penelitian dapat menambah pengetahuan maupun wawasan terkait faktor yang memberi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR terhadap agresivitas pajak dan diharap pula menjadi sarana mengembangkan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipahami dalam bangku kuliah.

b. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian bisa dijadikan acuan bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian dibidang perpajakan terutama yang berhubungan dengan pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR terhadap agresivitas pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022).

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi sebagai pandangan pemerintah dalam menentukan dan menyusun kebijakan perpajakan yang dapat mengidentifikasi tindakan agresivitas pajak perusahaan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi perusahaan dalam menentukan kebijakan perpajakan melalui gambaran pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR terhadap agresivitas pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022).

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terdiri atas lima BAB, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LITERATUR REVIEW

Bab ini membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan kerangka hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, definisi operasional variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi statistik data dan metode analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

LITERATUR REVIEW

A. Landasan Teori

1. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Kepatuhan didasari oleh kata patuh, dimana menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia patuh memiliki arti sebagai suka menurut (perintah), taat (pada perintah, aturan, dan sebagainya), dan berdisplin. Teori kepatuhan sendiri merupakan teori yang mengemukakan kondisi dimana seseorang taat kepada aturan atau perintah yang telah diberikan. Sementara kepatuhan pajak ialah tanggungjawab dalam memenuhi kewajiban dan hak dalam hal perpajakan yang harus dipatuhi oleh pemerintah dan warga negara sebagai wajib pajak. Teori kepatuhan dapat mendorong seseorang untuk mematuhi peraturan-peraturan yang telah berlaku. Dalam konteks lokal maupun nasional pembahasan mengenai kepatuhan pajak telah marak ada sejak era Reformasi. Kepatuhan pajak yang tinggi merupakan representasi dari partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah dan nasional. Untuk itu, sebagai upaya preventif dalam mengatasi rendahnya kepatuhan pajak, Haning, Hamzah, dan Tahili mengusulkan reposisi organisasi administrasi perpajakan dan mendorong akuntabilitas serta transparansi dari pelayanan pajak²². Namun, seiring dengan perubahan lingkungan masyarakat mengikuti arus zaman, perlu kajian lebih sistematis dan komprehensif dalam mengatasi masalah ketidakpatuhan pajak terutama di negara berkembang seperti Indonesia.

Kepatuhan dalam membayar pajak juga dijelaskan dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam firman Allah SWT Surat Ali'Imran ayat 92.

²² Mohamad Thahir Haning Thahir Haning, Hasniati Hamzah, and Mashuri H Tahili, "Increasing Taxpayers' Compliance Through the Public Trust of Taxpayers At South Sulawesi Province, Indonesia," *Bisnis & Birokrasi Journal* 26, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.20476/jbb.v26i2.10279>.

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ
عَلِيمٌ ﴿٩﴾

Artinya: “Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.” (QS. Ali’Imran : 92)²³

Maksud dari ayat diatas, menyedekahkan sebagian harta yang kita cintai atau sukai merupakan sedekah terbaik. Seperti layaknya dalam membayar pajak. Umat muslim “menyedekahkan” sebagian hartanya kepada negara demi kebaikan. Dimana pajak yang telah dibayarkan akan digunakan dalam segala hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara. Seperti pembangunan infrastruktur, penyediaan layanan kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya.

Merujuk pada pendapat ulama yang menyatakan bahwa pajak diperbolehkan, maka patuh terhadap peraturan perpajakan yang ditetapkan menjadi wajib bagi umat muslim. Sejatinya ketika suatu negara membutuhkan dana untuk keperluan penyelenggaraan negara terutama dalam peningkatan pelayanan masyarakat, maka wajib hukumnya untuk menaati segala peraturan perpajakan yang berlaku. Terutama di Indonesia, pendapatan negara terbesar berasal dari pendapatan pajak. Mengingat pengelolaan keuangan di Indonesia mengapa pajak menjadi sangat penting demi kebaikan banyak orang. Pendapat tentang bagaimana pajak dalam pandangan Islam tidak semua ulama berada pada satu kata. Beberapa ulama berpendapat bahwa sesungguhnya pajak merupakan bentuk kedzaliman.²⁴

Terdapat tiga paradigma yang terindikasi memiliki hubungan dengan kepatuhan pajak. Yang pertama adalah Paradigma penegakan terkait perilaku illegal melalui sebuah hukuman. Namun. Hal tersebut

²³ Putra, “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri,” *Putra*, n.d.

²⁴ Ridwan Hakim, “Konsep Pajak Dalam Kajian Al-Qur’an Dan Sunnah,” *TAFAKKUR (Jurnal Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir)* 2 (2021): 36–48.

mengadvokasi paradigma kedua yang mengakui peran penegakan dan administrasi perpajakan sebagai fasilitator dan penyedia layanan bagi wajib pajak dan warga negara dalam membantu wajib pajak dalam setiap langkah pelaporan dan pembayaran pajak. Secara tidak langsung hal ini menjelaskan bahwa pelayanan publik berperan dalam mempengaruhi keputusan kepatuhan pajak individu. Dan yang terakhir, disebut dengan paradigma kepercayaan. Beranggapan bahwa kesadaran membayar pajak sebuah kelompok individu adalah bentuk perilaku nilai moral mereka sendiri atas persepsi mereka mengenai kualitas, kredibilitas, dan keandalan administrasi pajak.²⁵ Jika mereka percaya bahwa pemerintah secara general dan pelayanan perpajakan sesuai dengan standar pelayanan, kepercayaan ini akan memiliki dampak positif pada kepatuhan pajak terutama saat pandemi covid-19.

2. Teori SET (*Syariah Enterprise Theory*)

Syariah Enterprise Theory (SET) merupakan teori yang melandasi akuntansi syariah. Postulat, konsep, dan prinsip akuntansi syariah lebih tepat menggunakan *enterprise theory* karena lebih mencakup aspek sosial dan berorientasi pada kepentingan stakeholders daripada stockholders. *Shariah Enterprise Theory* dianggap paling pas untuk akuntansi syariah karena teori ini mengandung nilai keadilan, kebenaran, amanah, kejujuran, dan pertanggungjawaban yang telah sesuai dengan karakteristik humanis, emansipatoris, transendental dan teleologikal dalam akuntansi syariah. *Shariah Enterprise Theory* merupakan sebuah teori yang menempatkan Allah sebagai pusat dari segala sesuatu yang akan menjadi amanah dan sumber daya dari stakeholder. Nilai spiritual yang melekat dalam *Sharia Enterprise Theory* antara lain *abduh, mardhatillah, dan rahmatan lil alamin*. Kepatuhan manusia semata-mata hanya untuk kembali kepada Allah SWT dengan jiwa yang tenang.

²⁵ Fitri Pebriani Wahyu, "Optimalisasi Penerimaan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Berkelanjutan Di Indonesia," *Jurnal Perpajakan Dan Keuangan Publik*, no. 2 (2023): 1–11.

Menurut penjelasan tersebut dapat digambarkan konsep pertanggungjawaban yang dibawa oleh *Sharia Enterprise Theory*. Pada prinsipnya *Sharia Enterprise Theory* memberikan bentuk pertanggungjawaban utamanya kepada Allah (*akuntabilitas vertikal*) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban pada manusia dan alam (*akuntabilitas horizontal*). Premis terakhir adalah falah, kesuksesan yang hakiki dalam bisnis berupa tercapainya kesejahteraan yang mencakup kebahagiaan (*spiritual*) dan kemakmuran (*material*) pada tingkatan individu dan masyarakat²⁶.

Konsep *sharia enterprise theory* menggambarkan sebuah konsep yang mengakui tanggung jawab sosial bukan kepada pemilik perusahaan tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan lainnya. Teori ini mendasari bahwa penentuan konsepnya adalah tuhan yang Maha Pencipta segala sumber daya yang ada di alam, sehingga *shariah enterprise theory*, Allah adalah amanah utama.²⁷ Dimana dalam sebuah perusahaan, baik itu pimpinan perusahaan maupun karyawan dari perusahaan itu harus menjunjung tinggi prinsip amanah sehingga tujuan manusia untuk mencapai kesuksesan (falah) dapat terwujud.

Hal ini juga disebutkan dalam Al-Qur'an mengenai urgensi amanah dalam perusahaan sebagaimana dalam firman Allah SWT Surat An-Nisa ayat 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya

²⁶ Iwan Triyuwono, “So, What Is Sharia Accounting?,” *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Islam* 1, no. 1 (2019): 42–50, <https://doi.org/10.34202/imanensi.1.1.2013.42-50>.

²⁷ Malkan et al., “Pengaruh Pengetahuan Tentang Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021): 57–73, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.39.57-78>.

kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa : 58)²⁸

Maksud dari ayat ini, Allah tidak sekedar memerintahkan agar kita bersifat amanah dan adil, melainkan juga menegaskan bahwa Dia senantiasa mengawasi dan memantau hambanya dalam menegakkan amanah dan keadilan itu sehingga tidak akan ada pelanggaran terhadap amanah dan keadilan yang benar-benar lepas dari pantauannya

Islam telah menetapkan konsep akuntabilitas dan keadilan sosial yang harus dilandasi oleh ukhuwah persaudaraan. Larangan riba dan kewajiban membayar zakat merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial, dari kedua konsep inilah lahirnya *Shariah Enterprise Theory*.²⁹ Dengan adanya teori ini diharapkan pihak manajemen mematuhi prinsip-prinsip yang telah ditetapkan. Semakin bagus penerapan *Islamic Corporate Governance* memungkinkan Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer semakin mawas diri dan bijak dalam melaksanakan tugasnya sehingga dapat meminimalisir mengurangi beban pajaknya diantaranya baik itu secara legal atau tidak melanggar hukum yang dikenal sebagai *tax avoidance* (penghindaran pajak) maupun secara ilegal atau melanggar hukum yang biasanya dikenal dengan *tax evasion* (penggelapan pajak). Informasi keuangan yang disajikan oleh Bursa Efek Indonesia yang menerapkan *syariah enterprise theory* harus menyajikan semua informasi sesuai fakta dan dapat dipercaya, sehingga tidak menyesatkan para pengguna laporan keuangan yang diterbitkan oleh Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer.

Karakteristik mengenai tanggungjawab sosial suatu perusahaan, khususnya Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer, salah satunya adalah bentuk tanggungjawab perusahaan secara vertikal, yaitu terhadap

²⁸ Putra, “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri.”

²⁹ Naili Saadah, Faris Shalahuddin Zakiy, and Ratno Agriyanto, “The Embodiment of Corporate Social Accountability in Sharia Enterprise Theory,” *Journal of Islamic Economic Laws* 6, no. 1 (2023): 30–44, <https://doi.org/10.23917/jisel.v6i1.21134>.

Allah SWT, ditunjukkan dengan mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* atau laporan pertanggungjawaban sosial mengenai apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan utama mendapat ridho dari Allah SWT. Setiap manusia sebagai khalifatullah diberi amanat untuk mengelola kepemilikan dan otoritas di dunia ini sehingga manusia (muslim) diwajibkan untuk mengeluarkan sebagian dari harta yang dimilikinya dalam bentuk zakat untuk orang yang berhak menerima bahwa zakat adalah *habluminallah* yang pertanggung jawabannya hanya ditunjukkan kepada Allah.³⁰

B. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak dapat digambarkan sebagai segala aktivitas atau tindakan yang dilakukan untuk mngurangi beban pajak dengan menggunakan cara-cara yang legal legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).³¹ Agresivitas pajak adalah kejadian umum dalam bisnis di seluruh dunia. Namun, kebijakan pajak agresivitas bertujuan untuk menurunkan pajak yang dibayarkan oleh bisnis, tetapi tidak memenuhi harapan publik dan juga dapat merugikan pemerintah.

Pajak merupakan pembayaran yang wajib dilakukan oleh warga negara kepada pemerintah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini. Meskipun masyarakat tidak menerima timbal balik langsung atas kontribusi tersebut, pemerintah menggunakannya untuk kepentingan masyarakat yang lebih besar dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara keseluruhan.

Agresivitas pajak dapat diukur dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR), Penelitian ini menggunakan metode *effective tax rate* (ETR) untuk perhitungan rasio agresivitas pajak, alasan digunakannya metode ETR karena

³⁰ Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarak, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat," *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23, <https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444>.

³¹ Listya Sugiyarti and Putri Ramadhani, "Agresivitas Pajak, Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Pengukuran Nilai Perusahaan," *Jurnal Akuntansi Trisakti* 6, no. 2 (2019): 233–44, <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5477>.

penelitian sebelumnya sebagian besar memilih menggunakan ETR untuk pengukurannya dengan membagi antara beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Selain itu, mengukur dengan menggunakan ETR dapat mengetahui seberapa besar tarif pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan, selanjutnya ETR digunakan sebagai proksi untuk menghitung agresivitas pajak dikarenakan ETR mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan beban pajak. Kecilnya beban pajak penghasilan daripada laba sebelum pajak mengakibatkan nilai ETR yang rendah, sehingga menimbulkan peningkatan pada agresivitas pajak³².

Tindakan yang tidak hanya berasal dari ketidakpatuhan wajib pajak terhadap regulasi perpajakan, melainkan berasal dari tindakan penghematan yang sesuai regulasi berlaku.³³ Tindakan untuk menyelenggarakan agresivitas pajak bisa dipecah menjadi 2 macam sebagai berikut:³⁴

1. Penggelapan pajak (*tax evasion/penyelundupan*) adalah badan hukum yang dibentuk oleh wajib pajak yang melanggar undang-undang perpajakan yang melanggar undang-undang atau menyembunyikan keadaan yang sebenarnya dalam suatu perusahaan. Penggelapan/penyelundupan pajak bertentangan dengan perpajakan karena pendekatan dan cara yang digunakan bertentangan dengan tujuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
2. Penghindaran pajak (*tax avoidance*), yaitu upaya untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Penggelapan pajak tidak dianggap sebagai pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang perpajakan, tetapi terhadap semangat undang-undang tersebut.

³² Alfiyatul Khafifah, “Pengaruh Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak,” *Corporate Governance (Bingley)* 10, no. 1 (2020): 54–75.

³³ Risa Widia Sari and Imam Hidayat, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2020,” *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 13, no. 1 (2022): 59–68.

³⁴ Putu Meita Prasista and Erry Setiawan, “Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan,” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 17, no. 3 (2016): 2120–44.

Penghindaran pajak masih dipraktikkan oleh undang-undang perpajakan, dan pajak rekayasa biasanya dibayarkan untuk mengurangi beban pajak.

Perusahaan yang melakukan pembayaran pajak juga dijelaskan dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam firman Allah SWT Surat At-Taubah ayat 29.

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ
اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا
الْجِزْيَةَ عَن يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ

Artinya : “Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan hari akhir, tidak mengharamkan (menjauhi) apa yang telah diharamkan (oleh) Allah dan Rasul-Nya, dan tidak mengikuti agama yang hak (Islam), yaitu orang-orang yang telah diberikan Kitab (Yahudi dan Nasrani) hingga mereka membayar jizyah dengan patuh dan mereka tunduk.” (QS. At-Taubah ayat 29)³⁵.

Maksud dari ayat diatas, Allah telah melarang manusia untuk tidak melakukan kecurangan dalam bentuk apapun, dan memerangi orang-orang yang tidak beriman kepada Allah. Serta terdapat kata *jizyah* disebut sebagai imbalan atau balasan atas rasa aman dan fasilitas yang telah didapatkan. Jika dikaitkan dengan pajak pada masa sekarang, maka wajib bagi setiap masyarakat akan taat dan patuh dalam membayar pajak sebagai salah satu bentuk kewajiban terhadap fasilitas yang telah disediakan oleh negara.

Gagasan ini sejalan dengan gagasan zakat, dalam arti kedua gagasan tersebut memiliki kualitas yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan, perbedaan utama antara kedua gagasan tersebut adalah penerima sumbangan amal. Konsep ini memiliki kesamaan terhadap konsep zakat yaitu mempunyai kesamaan yang berguna untuk kepentingan rakyat, dan yang membedakan hanyalah kepada siapa kewajiban itu dilaksanakan.

Pajak melayani bukan hanya satu tetapi dua fungsi: pertama, sebagai anggaran (*budgetair*), yang menyiratkan bahwa mereka digunakan untuk membiayai biaya operasional sehari-hari untuk negara, dan kedua, sebagai pendanaan untuk pembangunan. dan pajak berperan sebagai pengatur (*reguler*), artinya pajak adalah instrumen yang digunakan untuk

³⁵ Putra, “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri.”

mengendalikan masyarakat dan melaksanakan semua program pemerintah, terutama yang menyangkut bidang ekonomi dan sosial. Pajak adalah satu-satunya faktor terpenting dalam kesehatan dan pembangunan ekonomi suatu negara, serta satu-satunya sumber uang paling penting bagi pemerintah. Sebagai konsekuensi langsung dari ini, pajak merupakan bagian yang signifikan dari penerimaan pajak secara keseluruhan.

Perusahaan yang melakukan penghindaran atau agresivitas pajak juga juga dijelaskan dalam Al-Qur'an surat QS. Al-Hadid ayat 14:

يُنَادُونَهُمْ أَلَمْ نَكُنْ مَعَكُمْ قَالُوا بَلَىٰ وَلَكِنَّكُمْ فَتَنْتُمْ أَنْفُسَكُمْ وَتَرَبَّصْتُمْ وَارْتَبْتُمْ وَغَرَّتْكُمُ
الْأَمَانِيُّ حَتَّىٰ جَاءَ أَمْرُ اللَّهِ وَغَرَّكُمْ بِاللَّهِ الْغُرُورُ

Artinya: “Orang-orang (munafik) memanggil mereka (orang-orang beriman), “Bukankah kami dahulu bersama kamu?” Mereka menjawab, “Benar, tetapi kamu mencelakakan dirimu sendiri (dengan kemunafikan), menunggu-nunggu (kebinasaan kami), meragukan (ajaran Islam), dan ditipu oleh angan-angan kosong sampai datang ketetapan Allah. (Setan) penipu memperdayakanmu (sehingga kamu lalai) terhadap Allah.” (QS. Al-Hadid : 14)³⁶

Ayat di atas berarti bahwa individu yang membunuh diri mereka sendiri melalui sikap munafik mereka, Anda ingin sesuatu terjadi pada orang percaya, Anda tidak mempercayai topik agama, dan Anda tertipu oleh keinginan Anda. Kemudian Anda ingin terlihat normal, dan kematian membawa serta setan yang mungkin menipu Anda dengan menjanjikan bahwa Allah akan mengampuni kesalahannya. Penundaan adalah taktik penipuan yang digunakan oleh Setan. Dalam aspek ini, Penghindaran pajak juga merupakan tindakan penundaan. Artinya, menunda pembayaran pajak. Ini setara dengan penundaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang melayani kebutuhan dan kepentingan orang.

Penghindaran pajak sama dengan berbohong, dan Allah tidak menyetujui orang yang berbohong. Agresivitas pajak perusahaan adalah berbohong dengan mengejar untuk tujuan ekonominya dengan tidak mempertimbangkan penyebab dan dampak di masa depan dan tanpa rasa takut. Ketika sebuah perusahaan terlibat dalam penghindaran pajak, dapat disimpulkan bahwa itu

³⁶ Putra.

tidak peduli dengan keadaan sosial. Mayoritas penghindaran pajak dilakukan atau mendarah daging dalam tata kelola bisnis yang buruk.³⁷

Perilaku perusahaan yang melaksanakan tindakan agresivitas pajak biasanya diakibatkan oleh sejumlah faktor, antara lain:³⁸

- a) Nominal pajak yang harus dibayar cukup tinggi. Semakin tinggi nilai nominalnya, semakin besar kemungkinan wajib pajak akan melakukan penghindaran pajak.
- b) Ada biaya yang digunakan untuk menyuap petugas pajak. Jika biaya menyuap otoritas pajak rendah, pembayar pajak akan lebih aktif dalam pendekatan mereka terhadap pajak.
- c) Risiko penemuan rendah, jika pelanggaran pajak kecil kemungkinannya untuk ditemukan, wajib pajak memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk melakukan penggelapan pajak.
- d) Beratnya hukuman, semakin ringan hukuman untuk pelanggaran pajak, semakin besar kemungkinan pelanggar akan dipaksa untuk melakukan pelanggaran.

Pendekatan tarif pajak efektif (ETR) dipilih untuk menghitung rasio agresivitas pajak untuk penelitian ini. Metode ini dipilih karena penelitian sebelumnya sering menggunakan metode ETR untuk mengevaluasinya dengan membagi biaya pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Tak hanya itu, ETR dapat digunakan untuk menetapkan tarif sebuah pajak yang disyaratkan perusahaan dengan memperkirakan agresivitas pajak perusahaan. Akibatnya, ETR digunakan sebagai pengganti metrik lain dalam evaluasi agresivitas pajak karena kemampuannya untuk memberikan gambaran komprehensif tentang evolusi beban pajak. Jika dibandingkan dengan penghasilan sebelum pajak, beban membayar pajak penghasilan berkurang secara signifikan; ini, pada

³⁷ Dewa Ayu Nyoman Shintya Devi and Luh Gede Krisna Dewi, "Pengaruh Profitabilitas Pada Agresivitas Pajak Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi," *E-Jurnal Akuntansi* 27 (2019): 792, <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p29>.

³⁸ Maretta Yoehana, "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas," *Ekonomi* 1, no. 1 (2013): 1–62.

gilirannya, menghasilkan peningkatan agresivitas pajak, yang pada gilirannya menyebabkan nilai ETR yang rendah.³⁹

C. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam upaya mendapatkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu⁴⁰. Menurut Sartono mengemukakan bahwa Profitabilitas mendeskripsikan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Profitabilitas ini memberikan tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan.

Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba bersih perusahaan yang dihasilkan⁴¹. Dapat diprediksi bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu menaati pembayaran pajak. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas rendah tidak akan taat pada pembayaran pajak perusahaan guna untuk mempertahankan aset perusahaan.

Hal ini dalam ayat Al-Qur'an menjelaskan tentang Profitabilitas dalam firman Allah SWT Surah Asy-Syura Ayat 20.

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۖ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا
نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

Artinya : " *Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan kami tambah keuntungan baginya dan barangsiapa yang menghendaki keuntungan di dunia kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bagianpun di akhirat.* ". (QS. Asy-Syura : 20).⁴²

³⁹ Prasista and Setiawan, "Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan."

⁴⁰ Uyun Sundari, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional Dan Umur Perusahaan Terhadap Integrated Reporting," *Eksos* 16, no. 2 (2020): 95–109, <https://doi.org/10.31573/eksos.v16i2.169>.

⁴¹ Tommy Kurniasih and Maria Ratna Sari, "Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance," *Buletin Studi Ekonomi* 18, no. 1 (2013): 58–66.

⁴² Putra, "Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri."

Maksud dari QS. Asy-Syura ayat 20 yaitu barang siapa yang bersungguh-sungguh dalam usahanya untuk memperoleh keuntungan (laba) maka akan dilipatgandakan keuntungannya, dan tidaklah sia-sia dalam usahanya. Tetapi jika bermalas-malas dalam usahanya maka akan menjadi rugi/bangkrut.

Dari ayat Al-Qur'an diatas, maka dapat disimpulkan bahwa islam menganjurkan kepada umat manusia untuk mengembangkan harta atau modalnya yang digunakan untuk usaha, dengan cara mengelola dan mengendalikan dengan baik hartanya. Tujuan utama didirikannya usaha yaitu untuk memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Islam memperbolehkan seseorang menjadi pembisnis dan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Karena memang semua kegiatan yang berkaitan dengan bisnis masuk dalam aspek muammalah yang mempunyai dasar kaidah untuk dibolehkannya melakukan sesuatu selama itu tidak menyimpang dari aturan-aturan syariah. Berapapun banyaknya laba atau profit yang diperoleh, selama tidak terdapat unsur-unsur keharaman dan kedzaliman maka dibolehkan dalam islam.

Rasio keuntungan atau *profitability ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulan, dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien⁴³. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin (GPM)*, *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Equity (ROE)*.

Berikut indikator dalam rasio profitabilitas yang dibagi menjadi beberapa jenis, diantaranya⁴⁴:

1. *Gross Profit Margin (GPM)*, rasio yang menjelaskan seberapa besar perolehan laba kotor dari penjualan suatu barang atau jasa.

⁴³ Sidik and Suhono, "Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak."

⁴⁴ Hengky Robet Maruli Tarigan, "Pengaruh CSR Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak," n.d.

2. *Net Profit Margin (NPM)*, yang menjelaskan banyaknya perolehan dari laba bersih perusahaan. Apabila profit margin lebih rendah atau sedikit dari rata-rata industri, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual dari perusahaan tersebut lebih rendah dari perusahaan pesaing.
3. *Return On Common Equity (ROE)*, rasio untuk menghitung tingkat pengembalian saham, dengan membagi laba bersih terhadap modal saham ekuitas umum. Apabila rasio ROE tinggi maka dapat disimpulkan bahwa pihak dari manajemen lebih efisien dalam menggunakan modal sendiri .
4. *Return on Asset (ROA)*, rasio kemampuan dasar menghasilkan laba, dengan mengukur tingkat pengambilan dari bisnis atas seluruh aset yang ada, atau rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam operasional.

Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas dihitung menggunakan ROA karena ROA menunjukkan besarnya laba perusahaan dari total aset yang dimilikinya, aset yang dihitung didapatkan dengan modal sendiri atau modal asing yang sudah dikonservasi ke bentuk aset perusahaan dan dipakai sebagai kegiatan pengelolaan usahanya.

Selain itu, dengan ROA juga dapat mengukur perolehan laba perusahaan masa sekarang dan di proyeksikan ke masa yang akan datang⁴⁵. ROA juga memiliki kelebihan yaitu komprehensif dalam pengukurannya dan keseluruhannya mempengaruhi laporan keuangan serta rasio ROA dapat dengan mudah dihitung, dipahami, dan sangat berarti dalam nilai absolut. Profitabilitas dihitung menggunakan ROA (*Return On Assets*). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Nilai profitabilitas yang tinggi mencerminkan perusahaan mampu menghasilkan

⁴⁵ Ayu Inayatullohmah and Indriyana Puspitosari, "Pengaruh Maqashid Syariah Index, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak," *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019): 98–115, <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i1.1691>.

laba dengan baik⁴⁶. *Return On Assets* dapat dihitung dengan membandingkan laba sebelum pajak dengan total aktiva.

D. Leverage

Leverage adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan. Perusahaan yang menggunakan utang akan menimbulkan adanya bunga yang harus dibayar.⁴⁷ *Leverage* dihitung dengan menggunakan DAR (*Debt Assets Ratio*). *Debt Assets Ratio* dapat diukur dengan membandingkan total liabilitas dan total asset. Nilai *leverage* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan lebih banyak mengandalkan pembiayaan dari hutang untuk operasinya⁴⁸.

Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 angka 3 UU NO. 36 tahun 2008 tentang pph, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. beban bunga yang timbul karena adanya hutang haruslah ditanggung oleh perusahaan. Beban bunga yang muncul karena hutang bisa dijadikan sebagai pengurang dalam penghasilan kena pajak perusahaan karena termasuk dalam *deductible expense*.⁴⁹ Berkurangnya penghasilan kena pajak juga turut menurunkan jumlah pembayaran pajak. Bisa diartikan bahwa agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh *leverage*. Semakin besar jumlah hutang maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau kebangkrutan.

Hutang piutang diperbolehkan dalam Islam. Orang yang memberikan hutang kepada orang yang membutuhkan adalah hal yang Allah sukai dan

⁴⁶ Ana Zahrotun Nihayah and Sri Walyoto, "Identification of Non Performing Financing Alteration Measured by Microeconomic Variable Sharia Banking," *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.1245>.

⁴⁷ Budi Rohmansyah and Amalia Indah Fitriana, "Analisis Faktor Agresivitas Pajak: Effective Tax Rate," *Jurnal Manajemen* 12, no. 2 (2020): 179–89, <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7947>.

⁴⁸ Fitri Anita, "Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak," n.d.

⁴⁹ Hidayat and Fitria, "Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak."

mendapat pahala besar. Ayat Al-Qur'an yang menunjukkan diperbolehkannya hutang piutang dalam dunia usaha juga dijelaskan dalam firman Allah SWT Surat Al-Baqarah Ayat 245.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya : “Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nyalah kamu dikembalikan” (QS. Al-Baqarah ayat 245).⁵⁰

Maksud dari ayat diatas yaitu siapa pemberi pinjaman yang baik kepada Allah SWT, adalah menginfakkan harta di jalannya atau untuk kebaikan. Maka, orang tersebut akan mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah SWT. begitu juga dalam perusahaan yang membutuhkan modal dalam usaha operasionalnya dalam melakukan hutang piutang dan bagi orang yang memberikan utang, Allah SWT akan melapangkan rezeki baginya.

Dengan penggunaan debt ratio ini dapat ditentukan seberapa besar kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi janji yang dibuat dalam bentuk hutang dengan modal yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Istilah "leverage" mengacu pada proporsi aset perusahaan yang didanai oleh sumber luar. Total debt ratio, yaitu rasio total hutang (termasuk hutang lancar dan hutang jangka panjang) terhadap total aset adalah bagaimana leverage ditentukan. Rasio ini digunakan dalam perhitungan leverage. Untuk tujuan menghitung leverage, rasio total hutang dapat digunakan.

Jumlah leverage perusahaan dapat memberi ide bagus tentang seberapa berisiko organisasi anda secara finansial. Ini karena leverage adalah metrik untuk menentukan seberapa bergantung perusahaan pada kreditur untuk mendukung asetnya.⁵¹ Ketika sebuah perusahaan memiliki tingkat leverage yang tinggi, itu menunjukkan bahwa bergantung pada pinjaman eksternal

⁵⁰ Putra, “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri.”

⁵¹ Anita, “Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.”

untuk mendanai asetnya. Sebuah perusahaan dengan jumlah *leverage* yang rendah, di sisi lain, membiayai lebih banyak asetnya dengan dana sendiri.

E. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan kepedulian sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud rasa pertanggung jawaban terhadap masyarakat dan juga pemerintah dengan keberadaan usahanya yang dikhawatirkan dapat mengganggu lingkungan sekitar dan kegiatan-kegiatan sosial dimasyarakat. CSR juga dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh entitas bisnis terhadap pihak yang terikat dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan dengan tujuan untuk meminimalisir pengaruh negatif dan memaksimalkan pengaruh positif operasional perusahaan dengan tujuan agar perencanaan pembangunan dapat tercapai.⁵² Jika tingkat CSR perusahaan agresivitas pajak tinggi maka semakin agresif perusahaan untuk menurunkan pajaknya melalui CSR.

Dalam memperoleh keuntungan perusahaan juga harus memperhatikan dan menerapkan prinsip yang terkandung dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* demi keberhasilan pelaksanaan program CSR, berikut prinsip-prinsip yang dibagi menjadi 3, yaitu:⁵³

1. *Sustainability*, berkaitan tentang aktifitas (*action*) yang dilakukan perusahaan dengan mempertimbangkan kelangsungan dan keberadaan sumber daya pada masa yang akan datang.
2. *Accountability*, yaitu suatu usaha yang diberikan oleh perusahaan untuk terbuka kepada publik, dan bertanggung jawab terhadap segala aktifitasnya.

⁵² Pradnyadari dan Rohman, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI” 4, no. 2003 (2016): 1–9.

⁵³ Nur Amalia Sari, “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016),” *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2018, 1–81, <http://etheses.uin-malang.ac.id/11457/>.

3. *Transparency*, adalah salah satu prinsip terpenting terutama bagi eksternal perusahaan. Dengan adanya prinsip *transparency* maka dapat mereduksi ketidakseimbangan yang terjadi pada perusahaan, salah satunya dengan informasi pertanggungjawaban dari perusahaan.

Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan pajak, juga dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Merupakan bidang tanggung jawab sosial perusahaan Tanggung jawab sosial. Namun, hal ini tidak berlaku bagi perusahaan yang tidak memenuhi tanggung jawab sosial perusahaannya. Norma-norma sosial yang menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang lebih besar. Kuantitas keuntungan pajak yang tersedia di masyarakat dibatasi oleh standar sosial, yang menunjukkan bahwa ada lebih banyak manfaat pajak yang tersedia di masyarakat.⁵⁴

Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam dunia usaha juga dijelaskan dalam firman Allah SWT surat Al-A'raf ayat 85.

وَاللّٰى مَدْيَنَۙ اٰخَاهُمْ شُعَيْبًاۙ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللّٰهَ مَا لَكُمْ مِّنْ اِلٰهٍ غَيْرُهُۥۗ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّنْ رَّبِّكُمْۗ فَاتَّقُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَۙ اَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَفْسِدُوا فِى الْاَرْضِۗۙۤ اِنَّكُمْ مُّؤْمِنُوْنَ ۝

Artinya : “Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman" (QS. Al-A'raf ayat 85).⁵⁵

Karena tujuan dari paragraf ini adalah untuk membahas praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR), setiap perusahaan harus bebas dari segala bentuk

⁵⁴ Anita, “Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.”

⁵⁵ Putra, “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri.”

penipuan dalam memberikan layanan selama masa operasinya. Jika tujuan perusahaan adalah untuk membantu mereka yang membutuhkan sekaligus mencari keridhaan Allah, mereka akan diberi imbalan berupa pahala seperti melaksanakan shalat. Perusahaan diharapkan dapat lebih dekat dengan masyarakat dan pemerintah, serta kepada Tuhan melalui inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR). Selanjutnya, bisnis menjadi lebih bertanggung jawab dan tidak merusak lingkungan. Karena itu ditafsirkan dalam Al-Qur'an bahwa seorang pengusaha atau pengusaha harus berbuat baik dan menaati semua aturan Allah.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam islam sudah dijelaskan mengenai perbuatan-perbuatan yang berkaitan dengan prinsip yang tercantum di dalam pengungkapan CSR, contohnya memberikan pertolongan atau membantu orang yang sedang membutuhkan. Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan CSR maka perusahaan dapat terdorong untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, dan pendistribusian kekayaan di masyarakat dapat seimbang sehingga produktivitas masyarakat dapat terjamin serta permasalahan sosial yang terdapat di masyarakat dapat terkendalikan. Distribusi kekayaan merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam islam, dikarenakan islam menganjurkan agar harta kekayaan dapat beredar di semua kalangan masyarakat supaya tidak hanya beredar disegelintir orang saja.

CSR dalam perusahaan merupakan suatu beban yang dapat mengurangi laba dalam perusahaan, akan tetapi tidak dapat mengurangi perhitungan fiskal, oleh karena itu banyak perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan cara memasukkan beban CSR ke beban lain-lainnya yang diakui perpajakan. Sehingga diterbitkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor 76 tahun 2011 yang menjelaskan bahwa biaya yang digunakan untuk kegiatan CSR termasuk tax deduction (biaya tersebut dapat dikurangkan dari penghasilan bruto dalam perhitungan laba kena pajak) dan diharapkan dapat memberikan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR serta menghindari tindakan agresivitas

pajak. Dikarenakan perusahaan yang melakukan strategi pajak yang agresif dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial.⁵⁶

Pengungkapan CSR saling berkaitan dengan agresivitas pajak terutama dalam mencapai tujuan yang diprioritaskan oleh perusahaan yaitu memaksimalkan perolehan laba tanpa menghilangkan pertanggung jawaban sosial. Pengeluaran yang dapat dibebankan sebagai biaya tersebut dikurangkan dengan penghasilan bruto sehingga besarnya laba yang diperoleh akan semakin rendah dan pajak yang dibayar perusahaan juga lebih sedikit sehingga perusahaan akan lebih agresif untuk memperoleh laba yang besar.

Apabila semakin tinggi perusahaan mengungkapkan CSR maka tindakan agresivitas pajak diharapkan tidak dilakukan oleh perusahaan tersebut. Dan jika perusahaan melakukan agresivitas maka reputasi perusahaan menjadi buruk dimata stakeholder, masyarakat, dan juga pemerintah, serta menurunnya nilai-nilai perusahaan dan pengaruh positif dari CSR yang telah diungkapkan dapat menurun juga.

Pengungkapan perusahaan atas tanggung jawabnya terhadap sosial disebut dengan CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*), atau dapat diidentifikasi sebagai cara perusahaan untuk dapat berkomunikasi kepada pihak stakeholders mengenai informasi-informasi sosial dan lingkungan. Standar pengungkapan CSR yang dikembangkan GRI (*Global Reporting Initiatives*) digunakan sebagai rujukan oleh Indonesia dalam mengembangkan standar CSRnya. Proksi variabel *corporate social responsibility* (CSR) dengan acuan indikator pengungkapan CSR yang ada. Item indikator memiliki total sebanyak 78 item pengungkapan yang dibagi 7 kategori sebagai berikut⁵⁷:

1. Lingkungan terdiri dari 13 item pengungkapan.

⁵⁶ Kholid Hidayat, Arles P. Ompusunggu, and H. Suratno H. Suratno, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei)," *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 2, no. 2 (2018): 39–58, <https://doi.org/10.34204/jiafe.v2i2.543>.

⁵⁷ Eddy Rismanda Sembiring, "Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta," *Poetics Today* 30, no. 2 (2009): 237–55, <https://doi.org/10.1215/03335372-2008-009>.

2. Energi terdiri dari 7 item pengungkapan.
3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja terdiri dari 8 item pengungkapan.
4. Lain-lain berkenaan tentang tenaga kerja terdiri dari 29 item pengungkapan.
5. Produk terdiri dari 10 item pengungkapan.
6. Keterlibatan masyarakat terdiri dari 9 item pengungkapan.
7. Umum terdiri dari 2 item pengungkapan.

Pengukuran dengan indikator dalam penelitian ini dilakukan dengan mencocokkan item yang ada pada check list dengan pengungkapan CSR perusahaan. Penilaian dilakukan dengan memberikan nilai “1” apabila kegiatan CSR perusahaan sesuai dengan item-item pada kategori dan apabila tidak sesuai akan diberikan nilai “0”. Langkah berikutnya adalah menjumlahkan hasil penilaian check list yang kemudian dibagi dengan jumlah total item indikator yaitu sebanyak 78 item. Hasil perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

NO.	PENULIS	JUDUL	HASIL	RELEVANSI	
				PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Agus Taufik Hidayat & Eta Febrina Fitria. (2018) ⁵⁸	Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak	capital intensity dan Leverage berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Inventory intensity dan	Profitabilitas diproksikan menggunakan rumus Return On Assets (ROA), leverage diproksi menggunakan rumus Debt to Total Assets Ratio (DAR) dan agresivitas pajak diproksikan menggunakan	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini terletak pada teori. Teori pada jurnal terkait adalah menggunakan teori Teori Modigliani dan Miller.

⁵⁸ Hidayat and Fitria, “Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak.”

			profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.	Effektif Tax Rate (ETR).	
2.	Ilham Ahmad Maulana (2020) ⁵⁹	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti dan Real Estate	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa variabel Capital Intensity, Profitabilitas, dan Inventory Intensity berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, sedangkan Leverage dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.	Sama sama menggunakan proksi <i>Current Effective Tax Rate</i> untuk mengukur tingkat agresivitas pajak.	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan fokus penelitian. Fokus penelitian pada jurnal terkait adalah tindakan agresivitas pajak yang terjadi pada perusahaan PROPERTI DAN REAL ESTATE.
3.	Ida Candra Dewi (2020) ⁶⁰	Analisis Profitabilitas, Leverage, Agresivitas Pajak : Pengungkapan CSR sebagai Variable Moderasi	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Leverage berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh positif Profitabilitas	Sama-sama menggunakan variabel profitabilitas, leverage dan csr terhadap agresivitas pajak.	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini yaitu dengan menambahkan variabel moderasi

⁵⁹ Maulana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate."

⁶⁰ Ida Candra Dewi, "Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak : Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis* 2, no. 1 (2022): 38–49, <https://doi.org/10.55587/jseb.v2i1.32>.

			terhadap agresivitas pajak. Pegungkapan CSR dapat memoderasi berpengaruh negatif Leverage terhadap agresivitas pajak.		
4.	Annisa Rachma Herlinda (2021) ⁶¹	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	Hasil analisis penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, likuiditas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, leverage berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sedangkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.	Mengkaji tingkat agresivitas pajak perusahaan menggunakan proksi current effective tax rate.	Adanya penambahan variabel independen pada penelitian ini yaitu likuiditas dan ukuran perusahaan.
5.	Dewi Setyoningrum, Zulaikha (2019) ⁶²	Pengaruh Corporate Social Responsibility,	CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak	Sama-sama menggunakan variabel independent yaitu leverage dan	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini terletak pada teori. Teori

⁶¹ Annisa Rachma Herlinda and Mia Ika Rahmawati, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak,” *Ilmu Dan Riset Akuntansi* 10 (2021): 18.

⁶² Dewi Kusuma Wardani and Ayu Pratiwi Wijayanti, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Aggressiveness Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi,” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 4, no. 3 (2022): 616–27, <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i3.842>; Setyoningrum and Zulaikha,

		Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Struktur Kepemilikan terhadap Agresivitas Pajak	Ukuran perusahaan, Leverage, Kepemilikan Asing, dan Kepemilikan publik berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak	csr terhadap agresivitas pajak.	pada jurnal terkait adalah menggunakan Teori Agensi (Agency Theory).
6.	Ari Wahyu Leksono, Setya Stanto Albertus dan Rendika Vhalery (2019) ⁶³	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017	Parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) masing-masing berpengaruh secara negatif terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.	Agresivitas pajak dapat diukur dengan skala Effective Tax Rate (ETR).	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan fokus penelitian. Fokus penelitian pada jurnal terkait adalah tindakan agresivitas pajak yang terjadi pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI periode tahun 2013-2017
7.	Monica Sihol Marito Boru Malau (2021) ⁶⁴	Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Leverage Terhadap	Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Likuiditas	leverage diproksi menggunakan rumus Debt to Total Assets Ratio (DAR) dan agresivitas pajak diproksikan menggunakan	Perbedaan antara jurnal terkait dengan penelitian ini terletak pada Uji statistic deskriptif dalam penelitian ini diuji dengan

“Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak.”

⁶³ Leksono, Albertus, and Vhalery, “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013–2017.”

⁶⁴ Monica Sihol Marito Boru Malau, “Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Leverage Terhadap Agresivitas Pajak: Profitabilitas Sebagai Moderasi,” *Jurnal Literasi Akuntansi* 1, no. 1 (2021): 83–96, <https://doi.org/10.55587/jla.v1i1.17>.

		<p>Agresivitas Pajak : Profitabilitas Sebagai Moderasi</p>	<p>berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak. Leverage berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Profitabilitas memperkuat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. Profitabilitas memperkuat pengaruh likuiditas Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. Profitabilitas memperkuat pengaruh leverage terhadap Agresivitas Pajak.</p>	<p>Effektif Tax Rate (ETR).</p>	<p>menggunakan regresi logistic dan teori yang digunakan yaitu teori agensi.</p>
--	--	--	---	---------------------------------	--

Dari beberapa penelitian yang telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan hasil yang beragam menguji pengaruh variabel independent terhadap dependent, penelitian-penelitian terdahulu terfokus pada pengujian pengaruh profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan variabel-variabel lain sebagai variabel control. Terdapat ketidakkonsistenan sehingga mendorong peneliti untuk melakukan pengujian kembali atas ketidakkonsistenan tersebut.

Terdapat perbedaan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yaitu teori. Penelitian yang mengkaji mengenai agresivitas pajak sudah banyak meneliti sebelumnya, namun masing-masing penelitian memiliki perbedaan penelitian sebelumnya sudah banyak yang meneliti menggunakan teori agensi, teori legitimasi, teori stakeholder maupun Teori Stewardship. Namun, belum ada yang meneliti dari sudut pandang yang berbeda yaitu teori kepatuhan dan *Syariah Enterprise Theory (SET)* menjelaskan bahwa teori ini yang melandasi akuntansi syariah. Dalam penelitian ini objek yang digunakan oleh penulis adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Penelitian ini hanya terfokus menggunakan proksi ETR (*Effective Tax Rate*) untuk mengukur agresivitas pajak perusahaan.

G. Rumusan Hipotesis

1. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan adanya kinerja perusahaan. Berdasarkan teori kepatuhan mengasumsikan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi yang selalu menaati pembayaran pajak sedangkan untuk perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah tidak taat pada pembayaran pajak guna mempertahankan aset perusahaan dari pada harus membayar pajak. Oleh karena itu, profitabilitas memiliki hubungan negatif dengan agresivitas pajak. Beban pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan kesempatan untuk mengurangi pembayaran pajaknya supaya dapat memperoleh laba yang maksimal, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada teori kepatuhan. Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak Pajar Sidiq & Suhono dan Ari Wahyu Lecaksono.

H1 : *Profitabilitas* Berpengaruh Negatif Terhadap Agresivitas Pajak

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Leverage merupakan salah satu ratio keuangan, biasanya disebut *rasio solvabilitas*. *Rasio solvabilitas* merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka panjang, baik utang pokok maupun bunganya. Berdasarkan teori kepatuhan menjelaskan bahwa penggunaan utang akan mengakibatkan munculnya kewajiban membayarkan beban bunga pinjaman. Perusahaan yang mempunyai kewajiban kredit dianggap memiliki beban pajak yang lebih kecil. Beban bunga yang ditanggung dapat mengurangi pendapatan sebelum pajak yang dimiliki oleh perusahaan. Kondisi tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin besar hutang perusahaan yang didapatkan dari pihak luar maka akan semakin tinggi risiko yang akan dihadapi perusahaan seperti kebangkrutan dan biaya pajak yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menyimpulkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak Hidayat dan Fitria dan Ilham Ahmad Maulana.

H2 : Leverage Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Agresivitas Pajak

Salah satu bentuk tanggungjawab perusahaan baik kepada lingkungan eksternal dan internalnya adalah melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR yang dilakukan oleh perusahaan sejalan dengan *Syariah Enterprise Theory*. Perusahaan dapat memanfaatkan biaya CSR sebagai pengurangan beban pajak. biaya CSR yang diperkenankan masuk dalam *deductible expense* dapat digunakan sebagai pengurang pendapatan kena pajak perusahaan.

Berdasarkan *Syariah Enterprise Theory* menjelaskan bahwa perusahaan dapat meminimalisir beban pajak dengan biaya CSR. Semakin tinggi biaya CSR yang dikeluarkan perusahaan mengakibatkan beban pajak semakin rendah. Semakin tinggi pelaksanaan CSR maka semakin

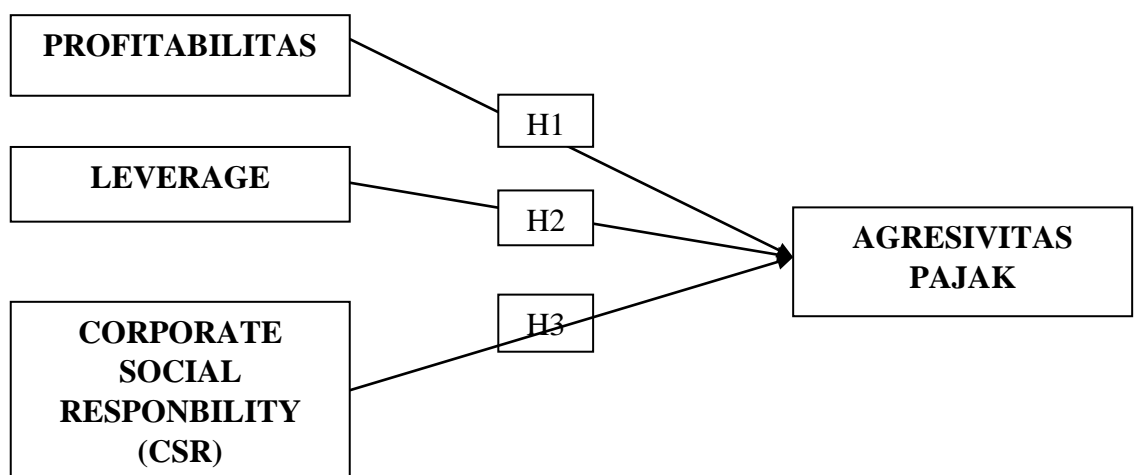
tinggi agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Hal ini karena konsep *Enterprise Theory* menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi tidak lagi berada di satu tangan (*enterprise theory*), melainkan berada pada banyak tangan yaitu stakeholders. Bentuk konkrit dari metafora ini dalam organisasi bisnis adalah realitas organisasi yang dimetamorfosekan dengan zakat (*zakat metaphorised organizational reality*). Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Juniati Guanwan & Sebastian menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. pelaksanaan CSR tidak dilakukan untuk mengurangi agresivitas pajak melainkan untuk mendapatkan citra baik dari masyarakat. Semakin banyak pelaksanaan CSR dapat memicu perusahaan semakin agresif untuk mengurangi beban pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 : Corporate Social Responsibility (CSR) Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak

H. Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Berpikir



I. Hipotesis Penelitian

1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
2. *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder. Penelitian ini menjelaskan profitabilitas, leverage, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rate (ETR)*. Lokasi penelitian ini yaitu data sekunder yang diambil dari kantor website Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada penelitian ini menggunakan Eviews 12 sebagai alat untuk mengolah data. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 4 tahun dari tahun 2019-2022 yang dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengakses dan mengunduh laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumen primer di situs resmi Bursa Efek Indonesia dan website resmi masing-masing perusahaan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berjumlah 98 perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Adapun jenis perusahaan sektor barang konsumen primer adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel barang primer, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, dan sub sektor produk rumah tangga yang tidak tahan lama.

Perusahaan sektor barang konsumen primer adalah perusahaan yang tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan pokok manusia karena melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa untuk barang yang bersifat primer. Perusahaan sektor barang konsumen primer juga mengelola dan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam sehingga berhubungan dengan lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, perusahaan sektor barang konsumen primer wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan karena berkaitan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dengan jumlah karakteristik tertentu. Berdasarkan definisi tersebut sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Pada penelitian ini, teknik pengampilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik *purposive sampling* merupakan salah satu teknik penentuan kesesuaian sampel penelitian dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Di bawah ini merupakan kriteria yang digunakan dalam pengampilan sampel, yaitu :

- a) Perusahaan sektor barang konsumen primer yang memiliki laporan tahunan dan keuangan secara berurutan selama rentang periode 2019-2022.
- b) Perusahaan sektor barang konsumen primer menyajikan data secara lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian.
- c) Perusahaan sektor barang konsumen primer menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ditahun 2019-2022 yang dapat diakses.

- d) Perusahaan sektor barang konsumen primer yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
- e) Perusahaan sektor barang konsumen primer tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2022.

Oleh karena itu berdasarkan kriteria di atas, maka sampel yang digunakan dalam pemilihan sampel maka yang digunakan dalam penelitian ini 19 perusahaan melalui akses situs www.idx.co.id.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu laporan keuangan auditan perusahaan sektor barang konsumen primer. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 98 perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling method* dengan kriteria perusahaan sampel *ter-listing* dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi.

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam upaya untuk membuatnya lebih mudah di mengerti, peneliti akan menjelaskan variabel-variabel yang digunakan dalam bahasa sendiri. Penelitian ini memiliki 4 variabel yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

Tabel 3

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Agresivitas Pajak (Y)	Agresivitas pajak merupakan keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban	ETR	Rasio

	pajak perusahaan melalui <i>tax planning activities</i> dengan tujuan memaksimalkan laba perusahaan.	$= \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	
Profitabilitas (X1)	Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan para stakeholder untuk melihat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari aktivitas operasional.	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah bunga dan pajak}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
Leverage (X2)	Leverage merupakan rasio yang mengukur pemenuhan aset perusahaan atas pembiayaan dari utangnya.	$\text{DAR} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
Corporate Social Responbility (X3)	CSR merupakan sebuah konsep pemenuhan nilai-nilai hukum dan bentuk penghargaan terhadap masyarakat serta lingkungan yang muncul dalam hubungan perusahaan dengan stakeholdernya.	$\text{CSR} = \frac{\sum X_1}{n}$	Rasio

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berisi penjelasan berupa nilai minimal, nilai maksimal, nilai rata-rata dan standar deviasi dari data variabel penelitian yang telah dikumpulkan.

2. Pendekatan Model Regresi Data Panel

1) Pendekatan *Common Effect*

Pendekatan *common effect* merupakan model data panel dengan pendekatan yang paling sederhana. Hal ini dikarenakan pada model ini hanya terdapat kombinasi data *time series* dan *cross section*. Pendekatan ini mengestimasi bahwa perilaku data perusahaan sama dalam beberapa kurun waktu karena tidak memperhatikan dimensi individu maupun waktu. Model *common effect* berasumsi bahwa setiap individu dalam penelitian memiliki intersep yang tidak berbeda.⁶⁵

2) Pendekatan *Fixed Effect*

Pendekatan *fixed effect* adalah cara melakukan estimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk memperoleh terjadinya perbedaan intersep. Definisi *fixed effect* ini berdasarkan terjadinya perbedaan intersep antar perusahaan, tetapi intersepanya sama antar waktu (*time invariant*). Selain itu, model ini pun mengasumsikan bahwa koefisien regresi (slope) tetap antar perusahaan dan antar waktu. Model estimasi ini disebut juga dengan teknik *Least Squares Dummy Variables* (LSDV).⁶⁶ Model *fixed effect* berasumsi bahwa intersep antar perusahaan berbeda namun sama dalam waktu.

⁶⁵ Priyatno, "Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews. Penerbit Andi, 2023.," *Hukum Perumahan*, 2023, https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs_navlinks_s.

⁶⁶ Priyatno.

3) Pendekatan *Random Effect*

Pendekatan *random effect* cara estimasi model regresi data panel dengan mengasumsikan koefisien regresi (slope) konstan dan intersep berbeda antar waktu dan antar individu (random effect). Dengan memasukkan variabel dummy pada fixed effect model tujuannya untuk mewakili ketidaktahuan tentang model sebenarnya. Tetapi hal tersebut juga berakibat pada menurunnya derajat kebebasan (*degree of freedom*) yang akhirnya dapat mengurangi efisiensi parameter. Problematika ini bisa terselesaikan dengan menggunakan variabel gangguan (*error terms*) yang bisa saja timbul pada hubungan antar waktu dan antar perusahaan yang disebut dengan random effect model. Model ini berasumsi bahwa intersep yang berbeda antar individu dan waktu. Dalam mengestimasi data panel, model *random effect* berasumsi bahwa koefisien regresi konstan.

3. Pemilihan Model Regresi Data Panel

1) Uji Chow

Dalam menentukan model regresi antara *common effect* dan *fixed effect* yaitu menggunakan uji chow. Keputusan dalam pengujian ini dilihat dari nilai probabilitasnya. Apabila nilai probabilitas (p) untuk cross-section Chi-Square $> 0,05$ maka model yang terpilih adalah *common effect*. Sebaliknya jika $p < 0,05$ maka model yang terpilih adalah *fixed effect*.⁶⁷

2) Uji Hausman

Uji hasuman adalah pengujian yang dilakukan untuk menentukan model yang terbaik antara *fixed effect* dan *random effect*. Apabila dalam uji chow terpilih *fixed effect*, maka perlu dilakukan uji hausman. Keputusan dalam pengujian ini dilihat dari nilai probabilitasnya. Apabila nilai probabilitas (p) untuk Cross-Section Random $> 0,05$ maka model

⁶⁷ By Endri, "Model Regresi Panel Data Dan Aplikasi Eviews," no. 2 (n.d.): 1–19.

yang terpilih adalah *random effect*. Sebaliknya jika $p < 0,05$ maka model yang terpilih adalah *fixed effect*.

3) Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *lagrange multiplier* merupakan pengujian yang dilakukan untuk menentukan model yang terbaik antara *common effect* dan *fixed effect*. Apabila dalam uji hausman terpilih *random effect*, maka perlu dilakukan uji *lagrange multiplier*. Keputusan dalam pengujian ini dilihat dari nilai probabilitasnya. Apabila nilai probabilitas (p) untuk Cross-Section Breush-Pagan $> 0,05$ maka model yang terpilih adalah *common effect*. Sebaliknya jika $p < 0,05$ maka model yang terpilih adalah *random effect*.

Tabel 4

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pengujian	Hasil	Keputusan
Uji Chow	Prob $> 0,05$	CEM
	Prob $< 0,05$	FEM
Uji Hausman	Prob $> 0,05$	REM
	Prob $< 0,05$	FEM
Uji Lagrange Multiplier (LM)	Prob $> 0,05$	CEM
	Prob $< 0,05$	REM

4. Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan *eviews 12* sebagai alat pengolahan data dan analisis panel data (*pooled data*). Dalam studi ekonometrika data digolongkan menjadi tiga yaitu data runtut waktu (*time series*), data antar tempat atau ruang (*cross section*), dan data panel (*polled data*). Data *time series* merupakan sekumpulan observasi dalam rentang waktu tertentu, data *cross section* merupakan data yang dikumpulkan dalam kurun waktu

tertentu dari sampel. Sedangkan data panel merupakan gabungan antara data *timeseries* dan *cross section*. Regresi dengan menggunakan data panel disebut model regresi data panel.⁶⁸ Data panel memiliki keunggulan-keunggulan tersebut dibawah ini :

- a) Data panel mampu memperhitungkan heterogenitas individu secara eksplisit dengan mengizinkan variabel spesifik individu.
- b) Data panel memiliki kemampuan mengontrol heterogenitas individu sehingga mampu menguji dan membangun model perilaku yang lebih kompleks.
- c) Data panel mendasarkan diri pada observasi cross section yang berulang-ulang (*time series*) sehingga metode data panel cocok untuk digunakan sebagai *study of dynamic adjustment*.
- d) Tingginya jumlah observasi memiliki implikasi pada data yang lebih informatif, lebih variatif, kolinearitas antar variabel yang semakin berkurang, dan peningkatan derajat bebas atau derajat kebebasan (*degrees of freedom-df*), sehingga dapat diperoleh hasil estimasi yang lebih efisien.
- e) Data panel dapat digunakan untuk mempelajari model-model perilaku yang kompleks.
- f) Data panel dapat meminimalkan bias yang mungkin ditimbulkan oleh agregasi data individu.

Keunggulan daripada data panel tersebut diatas, kemudian memiliki implikasi pada tidak harus dilakukan pengujian asumsi klasik dalam model data panel. Hal tersebut diungkapkan oleh Verbeek⁶⁹, Gujarati⁷⁰, Wibisono, dan Aulia (lihat Ajija, dkk).

⁶⁸ Agus Widarjono, "Ekonometrika : Pengantar Dan Aplikasinya," Jakarta : Ekonosia, 2018.

⁶⁹ Verbeek, "Potential for Increasing Soil Nutrient Availability via Soil Organic Matter Improvement Using Pseudo Panel Data," *Agricultural Sciences* 05, no. 08 (2004): 743–53, <https://doi.org/10.4236/as.2014.58078>.

Penggunaan data panel dalam penelitian akan menghasilkan intersep dan slope koefisien yang berbeda pada setiap daerah dan setiap periode waktu. Persamaan data panel yang akan diestimasi tergantung pada asumsi yang akan diterapkan pada intersep dan koefisien slope dan variabel gangguannya. Ada beberapa kemungkinan yang akan muncul⁷¹ :

- a) Diasumsikan intersep dan slope adalah tetap sepanjang waktu dan individu dan perbedaan perbedaan intersep slope dijelaskan oleh variabel gangguan.
- b) Diasumsikan slope adalah tetap tetapi intersep berbeda antar individu.
- c) Diasumsikan slope tetap tetapi intersep berbeda baik antar waktu maupun antar individu.
- d) Diasumsikan intersep dan slope berbeda antar individu.
- e) Diasumsikan intersep dan slope berbeda antar waktu dan antar individu.

1) Analisis Regresi Data Panel

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel. Software yang dipakai dalam penelitian ini adalah Eviews 12. Data panel merupakan gabungan dari data time series dan cross section. Data time series atau runtut waktu meliputi satu objek dalam beberapa periode waktu, sedangkan cross section atau silang terdiri dari beberapa objek dengan beberapa jenis data dalam suatu periode waktu tertentu.⁷² Data time series dalam penelitian ini yaitu meneliti sektor barang konsumen primer dari tahun 2019-2022. Sedangkan data cross section dalam penelitian ini yaitu meneliti sektor barang

⁷⁰ Gujarati, "Influential Observations in Stochastic Model of Divisia Index Numbers with AR(1) Errors," *Applied Mathematics* 05, no. 06 (2003): 975–82, <https://doi.org/10.4236/am.2014.56093>.

⁷¹ Widarjono, "Ekonometrika : Pengantar Dan Aplikasinya."

⁷² Iskandar Ahmaddien and Bambang Susanto, "Eviews 9 : Analisis Regresi Data Panel," *Ideas Publishing*, 2020, 1–95.

konsumen primer yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan total jumlah sampel bank adalah 19. Bentuk persamaan regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_{it} ; i = 1,2,3, \dots N ; t = 1,2,3, \dots T$$

Keterangan :

Y_{it} = Variabel Dependen (Agresivitas Pajak)

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Independen (Profitabilitas)

X_2 = Variabel Independen (*Leverage*)

X_3 = Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility (CSR)*)

ε = Error term

i = Data Perusahaan

t = Data Periode Waktu

2) Uji T Parsial

Uji T berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Keputusan yang diambil dalam pengujian ini menggunakan nilai keyakinan sebesar 0,05% atau

$\alpha = 5\%$. Adapun langkah- langkah uji t adalah sebagai berikut:

- a. Membuat formula uji hipotesis
- b. Menentukan tingkat signifikansi
- c. Menghitung nilai t-hitung
- d. Hasil t-hitung dibandingkan dengan t-tabel, dengan kriteria :

- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

e. Berdasarkan probabilitas

Variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05.

f. Kesimpulan

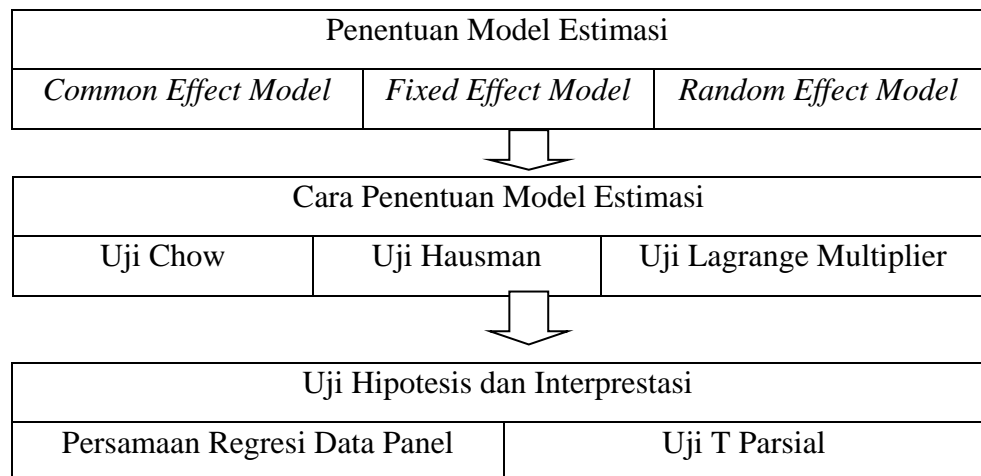
Kesimpulan ditarik berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori sesuai dengan objek dan masalah penelitian.

g. *Goodness of Fit*

Keselaran model regresi atau Goodness of Fit merupakan penjelasan mengenai sebra besar variasi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas dalam model regresi. Keselaran model regresi dapat diukur menggunakan nilai R-Squared (R²) atau koefisien determinasi.

Gambar 2

Langkah – Langkah Penelitian



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2019-2022. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel penelitian disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang ditentukan sebelumnya. Kriteria sampel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan sektor barang konsumen primer yang memiliki laporan tahunan dan keuangan secara berurutan selama rentang periode 2019-2022.
- b) Perusahaan sektor barang konsumen primer menyajikan data secara lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian.
- c) Perusahaan sektor barang konsumen primer menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ditahun 2019-2022 yang dapat diakses.
- d) Perusahaan sektor barang konsumen primer yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
- e) Perusahaan sektor barang konsumen primer tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2022.

Rincian sampel penelitian secara lengkap disajikan pada tabel 5 berikut:

Tabel 5

Rincian Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Pelanggaran Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	(0)	98

2.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang memiliki laporan tahunan dan keuangan secara berurutan selama rentang periode 2019-2022.	(18)	80
3.	Perusahaan sektor barang konsumen primer menyajikan data secara lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian.	(0)	80
4.	Perusahaan sektor barang konsumen primer menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ditahun 2019-2022 yang dapat diakses.	(3)	77
5.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.	(51)	26
6.	Perusahaan sektor barang konsumen primer tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2022.	(3)	23
7.	<i>Data outlier</i>	(4)	19
Jumlah Sampel			19
Periode Penelitian			4
Total Sampel Selama Periode Penelitian			76

Berdasarkan kriteria sampel diatas, terdapat 98 perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik purposive sampling digunakan oleh peneliti dalam menentukan sampel penelitian dan diperoleh 19 perusahaan yang memenuhi kriteria pemilihan sampel. Terdapat 18 perusahaan yang tidak terdaftar secara konsisten di BEI selama tahun 2019-2022 dan tidak terdapat perusahaan yang tidak dapat diakses laporan keuangan dan laporan tahunan. Terdapat 3 perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan selain

dalam mata uang Rupiah. Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun 2019-2022 sebanyak 51 perusahaan. Terdapat 3 perusahaan yang tidak menyajikan data secara lengkap. Terdapat 4 perusahaan yang menjadi data outlier dalam penelitian karena memiliki nilai ETR yang jauh dari rata-rata nilai ETR seluruh perusahaan. Pada penelitian ini diperoleh sampel penelitian sejumlah 19 perusahaan dengan periode penelitian yang dilakukan adalah 4 tahun yaitu 2019-2022 sehingga total sampel adalah 76 perusahaan.

B. Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

Berikut ini tabel 6 yang menyajikan daftar sampel penelitian dengan 19 perusahaan sektor barang konsumen primer sebagai sampel penelitian :

Tabel 6

Daftar Sampel Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk
2.	BISI	BISI International Tbk
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk
8.	GGRM	Gudang Gara Tbk
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
12.	KINO	Kino Indonesia Tbk
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk

14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk
17.	STTP	Siantar Top Tbk
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk

C. Deskripsi Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisis laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Berikut merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Profitabilitas

Data profitabilitas dalam penelitian ini diperoleh dari hasil perhitungan pada laporan tahunan perusahaan sektor barang konsumen primer untuk tahun 2019-2022 yang diprosikan dengan *Return of Asset* (ROA). Perhitungan profitabilitas dilakukan dengan membagi laba bersih perusahaan dengan total aset untuk tahun tertentu. Tabel 7 menunjukkan profitabilitas perusahaan masing-masing perusahaan selama tahun 2019-2022. Berikut ini merupakan contoh perhitungan profitabilitas PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk tahun 2019 dengan laba bersih Rp. 977.914.000.000 dan total aset Rp. 23.992.313.000.000.

$$\begin{aligned}
 \text{Return of Asset (ROA)} &= \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \\
 &= \frac{977.914.000.000}{23.992.313.000.000} \\
 &= 0,0407
 \end{aligned}$$

Tabel 7**Profitabilitas Perusahaan Tahun 2019-2022**

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	0,04	0,06	0,02	0,02
2.	BISI	BISI International Tbk	0,10	0,09	0,12	0,15
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	0,07	0,04	0,09	0,11
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,15	0,12	0,11	0,13
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	0,10	0,10	0,14	0,12
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,12	0,12	0,10	0,07
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0,07	0,08	0,09	0,08
8.	GGRM	Gudang Gara Tbk	0,14	0,10	0,06	0,03
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk	0,27	0,17	0,14	0,12
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	0,12	0,04	0,02	0,00
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,15	0,07	0,08	0,05
12.	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,11	0,00	0,02	0,20
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,03	0,06	0,09	0,09
14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk	0,04	0,04	0,04	0,06
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,11	0,10	0,07	0,09
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,06	0,05	0,16	0,07
17.	STTP	Siantar Top Tbk	0,17	0,18	0,16	0,14
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	0,14	0,14	0,14	0,12
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk	0,16	0,13	0,17	0,13

2. Leverage

Data *leverage* dalam penelitian ini diperoleh dari hasil perhitungan pada laporan tahunan perusahaan sektor konsumen primer untuk tahun

2019-2022 yang di proksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR). Perhitungan *leverage* dilakukan dengan membagi total utang perusahaan dengan total aset untuk tahun tertentu. Tabel 8 menunjukkan *leverage* perusahaan dari masing-masing perusahaan selama tahun 2019-2022.

Berikut ini merupakan contoh perhitungan *leverage* PT Campina Ice Cream Industry Tbk tahun 2020 dengan total utang Rp. 125.161.736.939.000.000 di tahun 2020 dan total aset Rp. 1.086.873.666.641.000.000 di tahun 2020.

$$\begin{aligned} \text{Debt to Asset Ratio} &= \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}} \\ &= \frac{125.161.736.939.000.000}{1.086.873.666.641.000.000} \\ &= 0,1151 \end{aligned}$$

Tabel 8

Leverage Perusahaan Tahun 2019-2022

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	0,71	0,71	0,67	0,69
2.	BISI	BISI International Tbk	0,21	0,16	0,13	0,11
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	0,12	0,12	0,10	0,12
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,19	0,20	0,18	0,10
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	0,38	0,32	0,26	0,30
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,28	0,25	0,29	0,34
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0,30	0,28	0,30	0,31
8.	GGRM	Gudang Gara Tbk	0,35	0,25	0,34	0,35
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk	0,30	0,39	0,45	0,49
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	0,24	0,27	0,32	0,18

11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,31	0,51	0,53	0,50
12.	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,42	0,51	0,50	0,67
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,17	0,15	0,14	0,12
14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk	0,76	0,76	0,74	0,71
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,48	0,43	0,43	0,42
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,52	0,47	0,39	0,43
17.	STTP	Siantar Top Tbk	0,25	0,23	0,16	0,14
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	0,54	0,52	0,48	0,51
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk	0,14	0,45	0,31	0,21

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Data skor pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dalam penelitian ini diperoleh dari analisis item pengungkapan CSR yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan sektor barang konsumen primer di tahun 2019-2022. Pengukuran *corporate social responsibility (CSR)* menggunakan standar pengungkapan CSR dengan jumlah 78 item indikator pengungkapan. Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* dianalisis dari perhitungan skor checklist penilaian kegiatan *corporate social responsibility (CSR)* perusahaan yang dicocokkan dengan item-item kategori penilaian pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)*. Apabila dalam laporan tahunan diungkapkan item-item kategori dalam penelitian maka akan diberi skor 1 dan apabila item tidak diungkapkan dalam laporan tahunan akan diberi skor 0. Hasil penilaian skor checklist kemudian ditotal dan dibagi dengan 78.

Tabel 9 menunjukkan skor pengungkapan *corporate social responsibility* dari masing-masing perusahaan selama tahun 2019-2022. Berikut contoh penghitungan *corporate social responsibility (CSR)* PT. Mayora Indah Tbk tahun 2022. Diketahui total skor pengungkapan

corporate social responsibility (CSR) perusahaan Mayora Indah Tbk tahun 2022 adalah sebesar 40 item pengungkapan.

$$\text{CSR} = \frac{\text{Total skor pengungkapan CSR}}{78}$$

78

$$= \frac{40}{78}$$

78

$$= 0,5128$$

Berdasarkan hasil perhitungan skor CSR perusahaan PT. Mayora Indah Tbk tahun 2022, diperoleh hasil sebesar 0,5128 dengan arti bahwa perusahaan telah melaksanakan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 51,28% dari total item pengungkapan CSR yang ditetapkan sebagai kriteria:

Tabel 9

Skor Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	0,49	0,47	0,70	0,72
2.	BISI	BISI International Tbk	0,31	0,26	0,67	0,67
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	0,36	0,38	0,56	0,55
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,37	0,23	0,65	0,67
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	0,32	0,36	0,19	0,27
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,27	0,33	0,34	0,34
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0,21	0,26	0,19	0,17
8.	GGRM	Gudang Gara Tbk	0,32	0,33	0,34	0,38
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk	0,36	0,41	0,44	0,32
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	0,24	0,31	0,31	0,33
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,50	0,51	0,08	0,12

12.	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,37	0,42	0,29	0,08
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,42	0,45	0,06	0,08
14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk	0,32	0,32	0,36	0,38
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,32	0,32	0,41	0,51
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,31	0,31	0,20	0,19
17.	STTP	Siantar Top Tbk	0,29	0,29	0,13	0,23
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	0,19	0,19	0,12	0,32
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk	0,26	0,27	0,23	0,23

4. Agresivitas Pajak

Data agresivitas pajak dalam penelitian ini diperoleh dari hasil analisis laporan tahunan perusahaan sektor barang konsumen primer untuk tahun 2019-2022 yang diprosikan dengan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). *Effective Tax Rate* (ETR) dihitung dengan membagi beban pajak perusahaan (*income tax expense*) dengan laba sebelum pajak (*earning before tax expense*). Tabel 10 menunjukkan *Effective Tax Rate* (ETR) masing-masing perusahaan selama tahun 2019-2022. Berikut merupakan contoh perhitungan *Effective Tax Rate* (ETR) PT Gudang Garam Tbk tahun 2022. Diketahui beban pajak (*income tax expense*) PT Gudang Garam Tbk tahun 2022 Rp. 866.779.000.000 dan laba sebelum pajak (*earning before tax expense*) tahun 2022 Rp. 3.646.521.000.000

$$\begin{aligned}
 \text{Effective Tax Rate (ETR)} &= \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \\
 &= \frac{866.779.000.000}{3.646.521.000.000} \\
 &= 0,2377
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh hasil ETR sebesar 0,2377 nilai ETR semakin rendah menandakan bahwa tingkat agresivitas pajak perusahaan tinggi, sedangkan nilai ETR yang semakin tinggi menandakan indikasi perusahaan melakukan agresivitas pajak rendah.

Tabel 10

Effective Tax Rate (ETR) Tahun 2019-2022

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	0,19	0,20	0,18	0,18
2.	BISI	BISI International Tbk	0,24	0,24	0,20	0,19
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	0,23	0,22	0,21	0,21
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,24	0,22	0,21	0,22
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	0,24	0,21	0,22	0,22
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0,21	0,19	0,22	0,17
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	0,28	0,22	0,22	0,23
8.	GGRM	Gudang Garam Tbk	0,25	0,21	0,23	0,24
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk	0,25	0,23	0,22	0,24
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	0,27	0,25	0,31	0,86
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,28	0,26	0,20	0,24
12.	KINO	Kino Indonesia Tbk	0,19	0,16	0,21	0,04
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	0,28	0,19	0,21	0,19
14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk	0,27	0,25	0,16	0,19
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk	0,24	0,22	0,22	0,21
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk	0,21	0,24	0,17	0,19
17.	STTP	Siantar Top Tbk	0,21	0,19	0,20	0,17
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	0,23	0,23	0,21	0,21
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk	0,25	0,22	0,17	0,25

D. Hasil Analisis Data

1. Analisis statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menunjukkan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai minimal, nilai maksimal, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Hasil statistik deskriptif keluaran Eviews 12 dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 11

Hasil Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0,226079	0,098339	0,356295	0,335522
Maximum	0,863170	0,273690	0,768370	0,717940
Minimum	0,036190	0,003400	0,097910	0,064100
Std. Dev	0,082257	0,050380	0,184303	0,149444

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Dari tabel 10 diatas, maka dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai rata-rata Y atau agresivitas pajak sebesar 0,226079 dengan standar deviasi sebesar 0,082257. Nilai agresivitas pajak terendah yang dimiliki oleh perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 0,36190 dan nilai tertinggi sebesar 0,863170.
- 2) Nilai rata-rata X1 atau profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Assets* (ROA) menunjukkan rata-rata kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penggunaan aset sebesar 0,098339 dengan standar deviasi sebesar 0,050380. Nilai profitabilitas terendah yang dimiliki oleh perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 0,003400 dan nilai tertinggi sebesar 0,273690.

- 3) Nilai rata-rata X2 atau *leverage* yang diproksikan dengan *Debt of Asset Ratio (DAR)* menunjukkan rata-rata sebesar 0,356295 dengan standar deviasi sebesar 0,184303. Nilai profitabilitas terendah yang dimiliki oleh perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 0,097910 dan nilai tertinggi sebesar 0,768370.
- 4) Nilai rata-rata X3 atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan rata-rata sebesar 0,335522 dengan standar deviasi sebesar 0,149444. Nilai profitabilitas terendah yang dimiliki oleh perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 0,064100 dan nilai tertinggi sebesar 0,717940.

E. Pendekatan Model Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan pendekatan model regresi data panel. Data panel sendiri merupakan kombinasi dari data time series dan juga cross section. Pendekatan model ini menggunakan beberapa metode yang digunakan dalam pemilihan model regresi data panel yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*.

1. Common Effect Model (CEM)

Common effect model bertujuan untuk mendapatkan jumlah data yang mencukupi dalam proses estimasi, namun dalam model ini tidak perlu menggunakan data time series dengan periode waktu yang panjang. Hasil pendekatan *common effect model* dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 12

Hasil Uji *Common Effect Model*

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,338197	0,039413	8,580751	0,0000
X1	-0,606048	0,188801	-3,209991	0,0020
X2	-0,123842	0,050678	-2,443693	0,0170
X3	-0,025021	0,060952	-0,410510	0,6827
R-Squared	0,151214			
Adjusted R-Squared	0,115848			

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil regresi dengan *Common Effect Model* (CEM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0,338197 dengan probability sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R-Squared sangat rendah sebesar 0,115848 menjelaskan bahwa variasi Agresivitas Pajak dipengaruhi oleh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Jadi, asumsi dengan memakai model *Common Effect* tidak realistis dalam menentukan Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak.

2. *Fixed Effect Model* (FEM)

Pendekatan *fixed effect model* bertujuan untuk menunjukkan bahwa nilai perbedaan antar individu dapat berkorelasi dengan variabel bebas. Hasil pendekatan *fixed effect model* dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 13

Hasil Uji *Fixed Effect Model*

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,453038	0,079475	5,700387	0,0000
X1	-0,727136	0,250623	-2,901316	0,0054
X2	-0,411281	0,158970	-2,587162	0,0124
X3	-0,026571	0,077268	-0,343885	0,7323
R-Squared	0,503297			
Adjusted R-Squared	0,310135			

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil regresi dengan *Fixed Effect Model* (FEM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0,453038 dengan probability sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R-Squared sangat rendah sebesar 0,310135 menjelaskan bahwa variasi Agresivitas Pajak dipengaruhi oleh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 31% dan sisanya sebesar 69% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Jadi, asumsi dengan memakai model *Fixed Effect* tidak realistis dalam menentukan Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak.

3. *Random Effect Model* (REM)

Pendekatan *random effect model* bertujuan untuk dapat mengestimasi variabel gangguan yang mungkin dapat saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Hasil pendekatan *random effect model* dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 14

Hasil Uji *Random Effect Model*

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,346215	0,044588	7,764780	0,0000
X1	-0,629978	0,200521	-3,141713	0,0024
X2	-0,150918	0,063882	-2,362439	0,0209
X3	-0,013152	0,063107	-0,208411	0,8355
R-Squared	0,147640			
Adjusted R-Squared	0,112125			

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan hasil regresi dengan *Random Effect Model* (REM) menunjukkan bahwa terdapat nilai konstanta sebesar 0,346215 dengan probability sebesar 0,0000. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R-Squared sangat rendah sebesar 0,112125 menjelaskan bahwa variasi Agresivitas Pajak dipengaruhi oleh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Jadi, asumsi dengan memakai model *Random Effect* tidak realistis dalam menentukan Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak.

F. Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Regresi data panel memiliki tiga model analisis yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Ketiga model tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan. Pemilihan model dapat dilakukan dengan tiga pengujian yaitu Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier*.

1) Uji Chow

Uji Chow merupakan langkah pertama yang digunakan dalam regresi data panel dengan membandingkan model yang terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM). Apabila hasil pengujian menunjukkan probabilitas Chi-Square $> 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model* (CEM). Sedangkan apabila probabilitas Chi-Square $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Berikut hasil dari uji chow pada penelitian ini :

Tabel 15

Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	Prob.
Cross-section F	2,126521	0,0171
Cross-section Chi-square	40,721932	0,0017

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan Tabel 15 Uji Chow diatas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-Section Chi-Square sebesar $0,0017 < 0,05$ sehingga model yang terbaik digunakan adalah model dengan menggunakan *metode fixed effect model*.

2) Uji Hausman

Uji Hausman merupakan langkah kedua yang digunakan dalam regresi data panel dengan membandingkan model yang terbaik antara *fixed effect model* dan *random effect model*. Pengujian ini dilakukan jika pada uji chow didapatkan model *fixed effect model* yang terbaik. Apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-Section Random $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *random effect model*. Sedangkan, apabila nilai probabilitas Cross-Section Random $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah *fixed effect model*. Berikut hasil uji hausman pada penelitian ini :

Tabel 16

Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Prob.
Cross-section random	3,554692	0,3137

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel 16 hasil uji hausman diatas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-Section Random sebesar $0,3137 > 0,05$, sehingga model yang terpilih adalah *Random Effect Model*.

3) Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) merupakan langkah ketiga yang digunakan dalam regresi data panel dengan membandingkan model yang terbaik antara *Common Effect Model* dan *Random Effect Model*. Pengujian ini dilakukan jika pada uji hausman didapatkan model *Random Effect* yang terbaik. Apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas Breush Pagan $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Common Effect Model*. Sedangkan, apabila nilai probabilitas Breush Pagan $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Random Effect Model*. Berikut hasil uji lagrange multiplier pada penelitian ini :

Tabel 17

Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	3,255374 (0,0712)	0,016168 (0,8988)	3,271541 (0,0705)

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel 17 hasil uji lagrange multiplier diatas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas Breush Pagan sebesar $0,0705 > 0,05$, sehingga model yang terpilih adalah *Common Effect Model*.

Tabel 18

Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pengujian	Hasil	Keputusan
Uji Chow	Prob < 0,05	FEM
Uji Hausman	Prob > 0,05	REM
Uji Lagrange Multiplier (LM)	Prob > 0.05	CEM

G. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis berdasarkan hasil uji chow, uji hausman, model estimasi data panel yang terpilih pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan csr terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022. Berdasarkan pengujian pemilihan model diperoleh bahwa model *Common Effect* yang terbaik.

1. Hasil Analisis Regresi Data Panel

Tabel 19

Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,338197	0,039413	8,580751	0,0000
X1	-0,606048	0,188801	-3,209991	0,0020
X2	-0,123842	0,050678	-2,443693	0,0170
X3	-0,025021	0,060952	-0,410510	0,6827

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan model estimasi yang terpilih, maka diperoleh persamaan model regresi data panel sebagai berikut :

$$Y = 0,338197 - 0,606048 * X1 - 0.123842 * X2 - 0.025021 * X3$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,33 artinya tanpa adanya variabel ROA (X1), DAR (X2), dan CSR (X3) maka variabel ETR (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 33%.
2. Nilai koefisien beta variabel ROA (X1) sebesar -0,60, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 60% begitu pula sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 60%, maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 60%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara profitabilitas dengan agresivitas pajak.
3. Nilai koefisien beta variabel DAR (X2) sebesar -0,12, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 12%, maka variabel ETR (Y) akan mengalami penurunan sebesar 12%. Begitu pula sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 12%, maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 12%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *leverage* dengan agresivitas pajak
4. Nilai koefisien beta variabel CSR (X3) sebesar -0,02, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 2% begitu pula sebaliknya, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 2%, maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 2%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara csr dengan agresivitas pajak.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Hasil uji t dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 20

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,338197	0,039413	8,580751	0,0000

X1	-0,606048	0,188801	-3,209991	0,0020
X2	-0,123842	0,050678	-2,443693	0,0170
X3	-0,025021	0,060952	-0,410510	0,6827

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai probability $< 0,05$ maka dinyatakan berpengaruh dan signifikan.
- b. Jika nilai probability $> 0,05$ maka dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan.

1) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Hipotesis *pertama* (H1) adalah profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability profitabilitas sebesar $0,0020 < 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,606048$ dan t-statistic sebesar $-3,209991$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak atau H1 **diterima**.

2) Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Hipotesis *kedua* (H2) adalah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability *leverage* sebesar $0,0170 < 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,123842$ dan t-statistic sebesar $-2,443693$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak atau H2 **ditolak**.

3) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak

Hipotesis *ketiga* (H3) adalah csr berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability csr sebesar $0,6827 > 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,025021$ dan t-statistic sebesar $-0,410510$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa csr berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan csr berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak atau H3 **ditolak**.

H. Koefisien Determinasi

1. Hasil Uji (R²)

Tabel 21

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-Squared	0,151214
Adjusted R-Squared	0,115848

Sumber: Data Olahan Eviews 12, 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang dihasilkan dalam pengujian Adjusted R-Squared bernilai 0,115848. Nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas (X1), leverage (X2) dan csr (X3) mampu memberikan kontribusi dalam mempengaruhi agresivitas pajak sebesar 11,5848% sedangkan sisanya 88,4152% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 22

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Koefisien	Prob.	Pembanding	Keputusan
H1	Profitabilitas berpengaruh negatif dan	-0,605529	0,0020	0,05	Diterima

	signifikan terhadap agresivitas pajak.				
H2	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.	-0,123863	0,0170	0,05	Ditolak
H3	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.	-0,024276	0,6911	0,05	Ditolak

Sumber: Data Diolah, 2024

I. Pembahasan

Setelah melakukan estimasi pada model dan pengujian hipotesis maka dilakukan analisis regresi data panel dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage dan csr terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Dibawah ini merupakan hasil pengujian dair masing-masing variabel bebas terhadap agresivitas pajak.

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas merupakan suatu rasio yang dinyatakan dalam presentase dan digunakan unutm menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Profitabilitas dapat

dihitung menggunakan ROA. ROA digunakan karena dapat mencerminkan efektifitas perusahaan dalam pengelolaan aset baik yang berasal dari modal maupun dari pinjaman. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula laba perusahaan yang didapatkan oleh perusahaan. Laba yang tinggi tentunya membuat perusahaan mampu untuk membayar beban pajaknya. Sehingga teori kepatuhan disini tidak akan memacu perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Oleh karena itu, upaya agresivitas pajak disini rendah. Namun sebaliknya, jika profitabilitas rendah maka perusahaan akan melakukan upaya penghindaran pajak karena laba perusahaan yang rendah membuat perusahaan tidak mampu membayar beban pajaknya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pajar Sidiq & Suhono dimana menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Selain itu, juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ari Wahyu Lecaksono yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage merupakan rasio mengukur hutang perusahaan untuk membiayai aktiva perusahaan. *Leverage* dapat dihitung dengan membandingkan total kewajiban dengan total aset. Hutang yang bertambah akan menambah beban bunga sehingga beban pajak akan berkurang. Teori kepatuhan tidak memacu perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak sehingga *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi *leverage* berarti upaya penghindaran pajak semakin rendah. Sebaliknya, jika *leverage* rendah maka perusahaan akan melakukan upaya penghindaran pajak karena hutang perusahaan yang sedikit berarti beban bunga akan berkurang sehingga hanya sedikit mengurangi beban pajak. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Fitria yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Selain itu, sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Candra Dewi.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian uji t parsial pada tabel diatas csr memiliki nilai koefisien regresi sebesar $0,6827 > 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,025021$ dan t-statistic sebesar $-0,410510$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa csr berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan csr berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak atau H3 **ditolak**. Hasil tersebut berarti bahwa tinggi rendahnya *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Alasan atas ditolaknya hipotesis *corporate social responsibility* (CSR) jumlah penghindaran pajak perusahaan yang melakukan CSR menunjukkan bahwa perusahaan tersebut menjalankan strategi pajak yang agresivitas. Karena perusahaan tidak mau melepaskan pendapatan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial di bidang pajak, perusahaan hanya mempraktikkan tanggung jawab sosial jika dapat memaksimalkan keuntungan.⁷³ Berdasarkan analisis data pengujian dan konfirmasi yang diberikan oleh teori yang digunakan dalam penelitian ini, CSR tidak berpengaruh terhadap tingkat agresi pajak. Selain itu, tindakan CSR korporasi tidak berpengaruh terhadap perusahaan, yang mengakibatkan berkurangnya jumlah beban pajak bagi perusahaan. Pemerintah diuntungkan karena dapat lebih meningkatkan dan mendukung kegiatan CSR perusahaan sehingga perekonomian masyarakat sekitar, tenaga kerja dan lingkungan akan berkembang seiring berjalannya waktu. Hal ini memungkinkan pemerintah untuk memberikan dampak positif bagi

⁷³ Luke Watson, "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness," *Journal of the American Taxation Association* 37, no. 2 (2015): 1–21, <https://doi.org/10.2308/atax-51022>.

perekonomian masyarakat dan untuk memastikan bahwa lingkungan perusahaan dan lingkungan tetap terjaga.

Kesimpulan penelitian ini didukung oleh *syariah enterprise theory* yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya tidak hanya dalam hal hak investor, tetapi juga dalam hal hak-hak pemangku kepentingan itu sendiri (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analisis, dan lain-lain). Pihak, yang harus dipenuhi melalui pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) yang berdampak positif bagi reputasi bisnis di masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan *corporate social responsibility* tidak signifikan. Namun hubungan antara csr dengan agresivitas pajak tidak signifikan yang berarti bahwa keduanya memiliki pengaruh namun kecil tidak sesuai dengan signifikansi yang telah ditetapkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil dilakukan penelitian sederhana terhadap 98 perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama empat tahun terakhir yaitu mulai tahun 2019 hingga tahun 2022. Maka hasil uraian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel profitabilitas terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah cenderung melakukan agresivitas pajak yang lebih tinggi. Hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability profitabilitas sebesar $0,0020 < 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,606048$ dan t-statistic sebesar $-3,209991$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak atau H1 **diterima**.
2. Variabel *leverage* tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability *leverage* sebesar $0,0170 < 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,123842$ dan t-statistic sebesar $-2,443693$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak atau H2 **ditolak**.
3. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak terbukti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil analisis regresi data panel menunjukkan nilai probability csr

sebesar $0,6827 > 0,05$. Hasil ini memiliki nilai koefisien sebesar $-0,025021$ dan t-statistic sebesar $-0,410510$ yang mengarah negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa csr berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan csr berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak atau H3 **ditolak**.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Tidak semua perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia digunakan sebagai sampel karena peneliti menggunakan purposive sampling dalam pengambilan sampel.
2. Periode pengamatan yang tergolong sedikit hanya empat tahun dari tahun 2019- 2022, sehingga jumlah sampel penelitian hanya empat kali jumlah entitas sampel (19), yaitu 76.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan di atas, penulis mengajukan beberapa saran dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, diharapkan juga perusaha-perusahaan tersebut dapat menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik secara optimal dan efektif agar kinerja perusahaan dapat meningkat serta terhindar dari potensi tindakan agresivitas pajak yang akan berakibat pada buruknya citra perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Selanjutnya Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak lainnya diluar model dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisamartha, Ida Bagus Putu Fajar, and Naniek Noviari. "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Intensitas Persediaan Dan Intensitas Aset Tetap Pada Tingkat Agresivitas Wajib Pajak Badan." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 13 (2015): 973–1000. <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/repositori/45062de0ced5bfa97cb61e8ee2dfce17.pdf>.
- Ahmaddien, Iskandar, and Bambang Susanto. "Eviews 9 : Analisis Regresi Data Panel." *Ideas Publishing*, 2020, 1–95.
- Anita, Fitri. "Pengaruh CSR, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak," n.d.
- Arifin, Johan, Ferry Khusnul Mubarak, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi. "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat." *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444>.
- Candra Dewi, Ida. "Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak : Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis* 2, no. 1 (2022): 38–49. <https://doi.org/10.55587/jseb.v2i1.32>.
- Endri, By. "Model Regresi Panel Data Dan Aplikasi Eviews," no. 2 (n.d.): 1–19.
- Gujarati. "Influential Observations in Stochastic Model of Divisia Index Numbers with AR(1) Errors." *Applied Mathematics* 05, no. 06 (2003): 975–82. <https://doi.org/10.4236/am.2014.56093>.
- Gunawan, Juniati. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Agresivitas Perpajakan." *Journal of Accounting and Digital Finance* 2, no. 3 (2022): 216–26. <https://doi.org/10.53088/jadfi.v2i3.191>.
- Hafulyon. "Perkembangan Ekonomi Global." *Jurnal Ilmiah Syariah* 9 (2010): 133–46. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Juris/article/view/912>.

- Hakim, Ridwan. "Konsep Pajak Dalam Kajian Al-Qur'an Dan Sunnah." *TAFAKKUR (Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir)* 2 (2021): 36–48.
- Haning, Mohamad Thahir Haning Thahir, Hasniati Hamzah, and Mashuri H Tahili. "Increasing Taxpayers' Compliance Through the Public Trust of Taxpayers At South Sulawesi Province, Indonesia." *Bisnis & Birokrasi Journal* 26, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.20476/jbb.v26i2.10279>.
- Herlinda, Annisa Rachma, and Mia Ika Rahmawati. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak." *Ilmu Dan Riset Akuntansi* 10 (2021): 18.
- Hidayat, Agus Taufik, and Eta Febrina Fitria. "Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak." *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 2 (2018): 157–68. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i2.289>.
- Hidayat, Angga, and Riri Muliastari. "Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan." *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8, no. 1 (2020): 28–36. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.183>.
- Hidayat, Kholid, Arles P. Ompusunggu, and H. Suratno H. Suratno. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei)." *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 2, no. 2 (2018): 39–58. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v2i2.543>.
- Inayatullohmah, Ayu, and Indriyana Puspitosari. "Pengaruh Maqashid Syariah Index, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019): 98–115. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i1.1691>.
- JayantoPurba, Calvin V, and Hanif Dwi Dwi. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage, Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Lainnya Yang Terdaftar Di BEI." *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 2 (2020): 158–74. <https://doi.org/10.46576/bn.v3i2.1005>.

- Khafifah, Alfiyatul. “Pengaruh Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak.” *Corporate Governance (Bingley)* 10, no. 1 (2020): 54–75.
- Khoirunnasikin, Khoirunnasikin, and Vivi Iswanti Nursyirwan. “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intensitas Aset Tetap Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer (Consumer Non-Cyclicals) Sub-Industri Liquors, Soft Drinks, Dairy .” *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan* 4, no. 1 (2023): 84. <https://doi.org/10.35314/iakp.v4i1.3301>.
- Kuriah, Hanik Lailatul, and Nur Fadjrih Asyik. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5, no. 3 (2016): 1–19.
- Kurniasih, Tommy, and Maria Ratna Sari. “Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance.” *Buletin Studi Ekonomi* 18, no. 1 (2013): 58–66.
- Kusuma, Andika Surya, and Maryono Maryono. “Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak.” *Owner* 6, no. 2 (2022): 1888–98. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.743>.
- Kusuma Wardani, Dewi, and Ayu Pratiwi Wijayanti. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Aggressiveness Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 4, no. 3 (2022): 616–27. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i3.842>.
- Leksono, Ari Wahyu, Setya Stanto Albertus, and Rendika Vhalery. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2013–2017.” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5, no. 4 (2019): 301. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4174>.
- Malau, Monica Sihol Marito Boru. “Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Leverage Terhadap Agresivitas Pajak: Profitabilitas Sebagai Moderasi.” *Jurnal*

Literasi Akuntansi 1, no. 1 (2021): 83–96.
<https://doi.org/10.55587/jla.v1i1.17>.

Malkan, Indra Kurniawan, Nurdin, and Noval. “Pengaruh Pengetahuan Tentang Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah.” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021): 57–73. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.39.57-78>.

Maulana, Ilham Ahmad. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate.” *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 12, no. 1 (2020): 13–20. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1873.13-20>.

Nihayah, Ana Zahrotun, and Sri Walyoto. “Identification of Non Performing Financing Alteration Measured by Microeconomic Variable Sharia Banking.” *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.1245>.

Noorprasetya, Yogie. “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance.” *Jurnal Budgeting* 1, no. 2 (2023): 80–92. <https://doi.org/10.51510/budgeting.v1i2.476>.

Nurfazlin, Arridho Abduh. “Pengaruh Corporate Social Responbility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Bara Di BEI Tahun 2015-2019)” 2, no. 2 (2021): 151–69.

Prabowo, Ari. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2018.” *Jurnal STEI Ekonomi* 29, no. 01 (2020): 25–34. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i01.336>.

Prasista, Putu Meita, and Erry Setiawan. “Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Respnibility Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 17, no. 3 (2016): 2120–44.

- Priyatno. “Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews. Penerbit Andi, 2023.” *Hukum Perumahan*, 2023. https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs_navlinks_s.
- Putra. “Al-Quran Dan Terjemahannya (Transliterasi Arab-Latin) Model Kanan Kiri.” *Putra*, n.d.
- putu Ayu Seri Andhari, and I Made Sukartha. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity Danleverage Pada Agresivitas Pajak.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 18.3, no. 2017 (2017): 2115–42.
- Rohman, Pradnyadari dan. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI” 4, no. 2003 (2016): 1–9.
- Rohmansyah, Budi, and Amalia Indah Fitriana. “Analisis Faktor Agresivitas Pajak: Effective Tax Rate.” *Jurnal Manajemen* 12, no. 2 (2020): 179–89. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/7947>.
- Saadah, Naili, Faris Shalahuddin Zakiy, and Ratno Agriyanto. “The Embodiment of Corporate Social Accountability in Sharia Enterprise Theory.” *Journal of Islamic Economic Laws* 6, no. 1 (2023): 30–44. <https://doi.org/10.23917/jisel.v6i1.21134>.
- Sari, Nur Amalia. “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016).” *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 2018, 1–81. <http://etheses.uin-malang.ac.id/11457/>.
- Sari, Risa Widia, and Imam Hidayat. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek

- Indonesia Periode 2016 – 2020.” *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 13, no. 1 (2022): 59–68.
- Sebastian Soelistiono, Priyo Hari Adi. “Pengaruh Inventory Intensity, Capital Intensity, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak.” *Sakuntala* 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Sembiring, Eddy Rismanda. “Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta.” *Poetics Today* 30, no. 2 (2009): 237–55. <https://doi.org/10.1215/03335372-2008-009>.
- Setyoningrum, Dewi, and Zulaikha. “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak.” *Diponegoro Journal of Accounting* 8, no. 3 (2019): 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.
- Shintya Devi, Dewa Ayu Nyoman, and Luh Gede Krisna Dewi. “Pengaruh Profitabilitas Pada Agresivitas Pajak Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi.” *E-Jurnal Akuntansi* 27 (2019): 792. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p29>.
- Sidik, Pajar, and Suhono. “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak” 11 (2020): 1045–66.
- Sugiyarti, Listya, and Putri Ramadhani. “Agresivitas Pajak, Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Pengukuran Nilai Perusahaan.” *Jurnal Akuntansi Trisakti* 6, no. 2 (2019): 233–44. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5477>.
- Sundari, Uyun, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida. “Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional Dan Umur Perusahaan Terhadap Integrated Reporting.” *Eksos* 16, no. 2 (2020): 95–109. <https://doi.org/10.31573/eksos.v16i2.169>.
- Tarigan, Hengky Robet Maruli. “Pengaruh CSR Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak,” n.d.

- Triyuwono, Iwan. "So, What Is Sharia Accounting?" *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Islam* 1, no. 1 (2019): 42–50. <https://doi.org/10.34202/imanensi.1.1.2013.42-50>.
- Verbeek. "Potential for Increasing Soil Nutrient Availability via Soil Organic Matter Improvement Using Pseudo Panel Data." *Agricultural Sciences* 05, no. 08 (2004): 743–53. <https://doi.org/10.4236/as.2014.58078>.
- Wahyu, Fitri Pebriani. "Optimalisasi Penerimaan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Berkelanjutan Di Indonesia." *Jurnal Perpajakan Dan Keuangan Publik*, no. 2 (2023): 1–11.
- Watson, Luke. "Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, and Tax Aggressiveness." *Journal of the American Taxation Association* 37, no. 2 (2015): 1–21. <https://doi.org/10.2308/atax-51022>.
- Widarjono, Agus. "Ekonometrika: Pengantar Dan Aplikasinya." *Jakarta: Ekonosia*, 2018.
- Yoehana, Maretta. "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas." *Ekonomi* 1, no. 1 (2013): 1–62.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1. Populasi Perusahaan

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal Tercatat
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	09 Desember 1997
2.	ADES	Asia Sejahtera Mina Tbk	02 Desember 2019
3.	AGAR	Andira Agro Tbk	16 Agustus 2018
4.	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk	11 Juni 1997
5.	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	10 Juli 2012
6.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk	15 Januari 2019
7.	ANDI	Andira Agro Tbk	16 Agustus 2018
8.	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk	08 Mei 2013
9.	BEEF	Estika Tata Tiara	10 Januari 2019
10.	BISI	BISI International Tbk	28 Mei 2007
11.	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	01 November 2021
12.	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	14 Mei 2004
13.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	08 Mei 1995
14.	BWPT	Eagle High Plantations Tbk	27 Oktober 2009
15.	CAMP	Campina Ice Cream Industr Tbk	19 Desember 2017
16.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	09 Juli 1996
17.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	05 Mei 2017
18.	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk	06 Desember 2021
19.	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	20 Maret 2019
20.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	18 Maret 1991
21.	CPRO	Central Proteina Prima Tbk	28 November 2006
22.	CSRA	Cisadena Sawit Raya Tbk	09 Januari 2020
23.	DAYA	Duta Intidaya Tbk	28 Juni 2016
24.	DLTA	Delta Djakarta Tbk	27 Februari 1984
25.	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	22 Januari 2020
26.	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk	08 Desember 2015

27.	DSFI	Dharma Samudera Fishing Ind. Tbk	24 Maret 2000
28.	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk	14 Juni 2013
29.	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk	14 September 2020
30.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	01 Agustus 1994
31.	FAPA	FAP Agri Tbk	04 Januari 2021
32.	FISH	FKS Multi Agro Tbk	18 Januari 2002
33.	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk	08 Juli 2021
34.	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	08 Januari 2019
35.	GGRM	Gudang Garam Tbk	27 Agustus 1970
36.	GOLL	Golden Plantation Tbk	23 Desember 2014
37.	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	10 Oktober 2018
38.	GZCO	Gozco Plantations Tbk	15 Mei 2008
39.	HERO	Hero Supermarket Tbk	21 Agustus 1989
40.	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk	15 Agustus 1990
41.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	22 Juni 2017
42.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07 Oktober 2010
43.	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	12 Februari 2020
44.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	14 Juli 1994
45.	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk	09 Desember 2021
46.	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk	04 Juli 2019
47.	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk	30 Mei 2011
48.	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	23 Oktober 1989
49.	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	25 November 2019
50.	KINO	Kino Indonesia Tbk	11 September 2015
51.	KMDS	Kurniamitra Duta Sentosa Tbk	07 September 2020
52.	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk	05 Oktober 2018
53.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	05 Juli 1996
54.	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	16 Januari 2013
55.	MAIN	Malindo Feedmill Tbk	10 Februari 2006

56.	MBTO	Martina Berto Tbk	13 Januari 2011
57.	MGRO	Mahkota Group Tbk	12 Juli 2018
58.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk	30 November 2010
59.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	15 Desember 1981
60.	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk	21 Desember 1992
61.	MRAT	Mustika Ratu Tbk	27 Juli 1995
62.	MYOR	Mayora Indah Tbk	04 Juli 1990
63.	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk	13 Desember 2021
64.	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk	06 September 2021
65.	PALM	Provident Investama Bersama Tbk	08 Oktober 2012
66.	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	18 September 2018
67.	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	29 Desember 2017
68.	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk	07 Juli 2020
69.	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk	18 Desember 2020
70.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	18 Oktober 1994
71.	PSGO	Palma Serasih Tbk	25 November 2019
72.	RANC	Supra Boga Lestari Tbk	07 Juni 2012
73.	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk	05 Maret 1990
74.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	28 Juni 2010
75.	SDPC	Millennium Pharmacon International Tbk	07 Mei 1990
76.	SGRO	Sampoerna Agro Tbk	18 Juni 2007
77.	SIMP	Salim Invomas Pratama Tbk	09 Juni 2019
78.	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk	27 September 1996
79.	SKBM	Sekar Bumi Tbk	28 September 2012
80.	SKLT	Sekar Laut Tbk	08 September 1993
81.	SMAR	Sinar Mas Agro Resources & Technology Tbk	20 November 1992
82.	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	12 Desember 2013
83.	STTP	Siantar Top Tbk	16 Desember 1996

84.	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk	12 April 2021
85.	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk	06 Desember 2021
86.	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	14 Februari 2000
87.	TCID	Mandom Indonesia Tbk	30 September 1993
88.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	11 Juni 1990
89.	UCID	Uni-Charm Indonesia Tbk	20 Desember 2019
90.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading company Tbk	02 Juli 1990
91.	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk	06 Maret 1990
92.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982
93.	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk	17 Desember 2020
94.	WAPO	Wahana Pronatural Tbk	22 Juni 2001
95.	WICO	Wicaksana Overseas Internation	08 Agustus 1994
96.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk	18 Desember 2012
97.	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk	06 Desember 2021
98.	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk	02 Februari 2021

Lampiran 2. Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Pelanggaran Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	(0)	98
2.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang memiliki laporan tahunan dan keuangan secara berurutan selama rentang periode 2019-2022.	(18)	80
3.	Perusahaan sektor barang konsumen primer menyajikan data secara lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian.	(0)	80

4.	Perusahaan sektor barang konsumen primer menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan ditahun 2019-2022 yang dapat diakses.	(3)	77
5.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.	(51)	26
6.	Perusahaan sektor barang konsumen primer tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2022.	(3)	23
7.	Data <i>outlier</i>	(4)	19
Jumlah Sampel			19
Periode Penelitian			4
Total Sampel Selama Periode Penelitian			76

Lampiran 3 Sampel Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk
2.	BISI	BISI International Tbk
3.	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5.	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7.	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk
8.	GGRM	Gudang Garam Tbk
9.	HMSP	H.M Sampoerna Tbk
10.	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
11.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

12.	KINO	Kino Indonesia Tbk
13.	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk
14.	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk
15.	MYOR	Mayora Indah Tbk
16.	SKLT	Sekar Laut Tbk
17.	STTP	Siantar Top Tbk
18.	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk
19.	ULTJ	UltraJaya Milk Industry & Tbk

Lampiran 4 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

No.	Kategori	Item Pengungkapan CSR
1.	Lingkungan	Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset, pengembangan untuk pengurangan polusi
2.		Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3.		Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi telah atau akan dikurangi
4.		Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5.		Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas
6.		Penggunaan material daur ulang
7.		Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8.		Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9.		Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10.		Kontribusi dalam pemugaran bangunan bersejarah
11.		Pengolahan limbah
12.		Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitori

		dampak lingkungan	
13.		Perlindungan lingkungan hidup	
14.	Energi	Menggunakan energi secara efisien dalam kegiatan operasi	
15.		Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi	
16.		Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang	
17.		Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi	
18.		Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk	
19.		Riset yang mengarah pada efisiensi energi dari produk	
20.		Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan	
21.		Kesehatan dan Tenaga Kerja	Mengurangi polusi, iritasi atau resiko dalam lingkungan kerja
22.			Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
23.	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja		
24.	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja		
25.	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja		
26.	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja		
27.	Melakukan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja		
28.	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja		
29.	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental		
30.	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja		
31.	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja		
32.	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja		
33.	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja		
34.	Melakukan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja		
35.	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja		

36.	Lain-Lain tentang Tenaga kerja	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
37.		Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
38.		Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
39.		Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
40.		Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
41.		Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
42.		Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
43.		Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau telah membuat kesalahan
44.		Mengungkapkan perencanaan pemilikan rumah karyawan
45.		Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
46.		Mengungkapkan presentase gaji untuk pensiun
47.		Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
48.		Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
49.		Mengungkapkan tingkat manajerial yang ada
50.		Mengungkapkan disposisi staf dimana staf ditempatkan
51.		Mengungkapkan jumlah staf, masa kerja dan kelompok usia mereka
52.		Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalkan penjualan per tenaga kerja
53.		Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
54.		Mengungkapkan rencana pemilikan saham oleh tenaga kerja
55.		Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain
56.		Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
57.		Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan

58.	Produk	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
59.		Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
60.		Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
61.		Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan
62.		Membuat produk lebih aman untuk konsumen
63.		Melakukan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
64.		Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk
65.		Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan
66.		Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
67.		Informasi yang dapat di verifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
68.		Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk pendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
69.	Keterlibatan Masyarakat	Tenaga kerja paruh waktu (part time employment) dari mahasiswa/pelajar
70.		Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
71.		Membantu riset medis
72.		Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni
73.		Membiyai program beasiswa
74.		Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
75.		Mensponsori kampanye nasional
76.		Mendukung pengembangan industri lokal
77.	Umum	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
78.		Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas

Lampiran 5 Daftar Hasil Pengolahan Data

KODE SAHAM	TAHUN	Agresivitas Pajak	Profitabilitas	Leverage	CSR
AMRT	2019	0.21666	0.04075	0.71306	0.48717
AMRT	2020	0.21641	0.0603	0.70596	0.47435
AMRT	2021	0.18509	0.01824	0.67302	0.70512
AMRT	2022	0.19595	0.02181	0.69465	0.71794
BISI	2019	0.24166	0.1043	0.21232	0.30769
BISI	2020	0.24461	0.09387	0.15663	0.25641
BISI	2021	0.20188	0.12248	0.12903	0.66666
BISI	2022	0.18863	0.15431	0.10562	0.66666
CAMP	2019	0.22882	0.0709	0.11549	0.35897
CAMP	2020	0.22476	0.04114	0.11515	0.38461
CAMP	2021	0.2067	0.08854	0.1045	0.5641
CAMP	2022	0.21217	0.11256	0.12404	0.55128
CEKA	2019	0.24435	0.15372	0.18791	0.37179
CEKA	2020	0.21923	0.12058	0.19529	0.23076
CEKA	2021	0.20846	0.10966	0.18264	0.65384
CEKA	2022	0.22053	0.12916	0.09791	0.66666
CLEO	2019	0.24272	0.10349	0.38456	0.32051
CLEO	2020	0.21	0.10002	0.31747	0.35897
CLEO	2021	0.21546	0.13547	0.25078	0.1923
CLEO	2022	0.21519	0.11545	0.30018	0.26923
CPIN	2019	0.20969	0.12454	0,28216	0.26923
CPIN	2020	0.19335	0.12239	0.25063	0.33333
CPIN	2021	0.21895	0,10260	0,29047	0,34615
CPIN	2022	0.17155	0.07398	0.3393	0.34615
EPMT	2019	0.27524	0.06723	0.29588	0.20512
EMPT	2020	0.22177	0.07601	0.28499	0.25641
EMPT	2021	0.2193	0.08754	0.2936	0.1923

EMPT	2022	0.23158	0.08079	0.31384	0.16666
GGRM	2019	0.24897	0.13732	0.35241	0.32051
GGRM	2020	0.20856	0.09709	0.25154	0.33333
GGRM	2021	0.23076	0.06411	0.34098	0.34615
GGRM	2022	0.2377	0.03271	0.34672	0.38461
HMSP	2019	0.24852	0.27369	0.29906	0.35897
HMSP	2020	0.23116	0.17067	0.3912	0.41025
HMSP	2021	0.22017	0.1387	0.45015	0.43589
HMSP	2022	0.23562	0.11606	0.48582	0.32051
HOKI	2019	0.27047	0.12168	0.24403	0.24358
HOKI	2020	0.25231	0.04127	0.26944	0.30769
HOKI	2021	0.30794	0.0184	0.31733	0.30769
HOKI	2022	0.86317	0.0034	0.17587	0.33333
ICBP	2019	0.27927	0.14819	0.31098	0.48717
ICBP	2020	0.25506	0.07164	0.51424	0.51282
ICBP	2021	0.20484	0.07122	0.53446	0.07692
ICBP	2022	0.23961	0,05260	0,50155	0.11538
KINO	2019	0.18942	0.11372	0.4244	0.37179
KINO	2020	0.15903	0.0211	0.50959	0.42307
KINO	2021	0.20798	0.02064	0.49711	0.29487
KINO	2022	0.03619	0.20244	0.67201	0.07692
LSIP	2019	0.28381	0.02894	0.16887	0.42307
LSIP	2020	0.1917	0.06372	0.14982	0.44871
LSIP	2021	0.20566	0.08613	0.14005	0.0641
LSIP	2022	0.1934	0.08795	0.11929	0.07692
MIDI	2019	0.26959	0.03767	0.75532	0.32051
MIDI	2020	0.25275	0.04031	0.76837	0.32051
MIDI	2021	0.16053	0.04322	0.73652	0.35897
MIDI	2022	0.19372	0.05816	0.71228	0.37179
MYOR	2019	0.24147	0.10673	0.47935	0.32051

MYOR	2020	0.21823	0.10338	0.43008	0.32051
MYOR	2021	0.21849	0.06503	0.42965	0.41025
MYOR	2022	0.21387	0.09013	0.42383	0.51282

Lampiran 6 Hasil Analisis dengan Eviews 12

1. Uji Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.098339	0.356295	0.335522	0.226079
Median	0.101310	0.315585	0.320510	0.218360
Maximum	0.273690	0.768370	0.717940	0.863170
Minimum	0.003400	0.097910	0.064100	0.036190
Std. Dev.	0.050380	0.184303	0.149444	0.082257
Skewness	0.451436	0.558052	0.648740	6.059029
Kurtosis	3.533197	2.442103	3.379972	49.05382
Jarque-Bera	3.481679	4.930297	5.788138	7181.372
Probability	0.175373	0.084996	0.055351	0.000000
Sum	7.473770	27.07845	25.49964	17.18203
Sum Sq. Dev.	0.190360	2.547566	1.675003	0.507466
Observations	76	76	76	76

2. Pendekatan Model Regresi Data Panel

a) Hasil *Common Effect Model*

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 02/20/24 Time: 08:58
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 19
Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.338197	0.039413	8.580751	0.0000
X1	-0.606048	0.188801	-3.209991	0.0020
X2	-0.123842	0.050678	-2.443693	0.0170
X3	-0.025021	0.060952	-0.410510	0.6827
R-squared	0.151214	Mean dependent var		0.226079
Adjusted R-squared	0.115848	S.D. dependent var		0.082257
S.E. of regression	0.077346	Akaike info criterion		-2.229868
Sum squared resid	0.430730	Schwarz criterion		-2.107198
Log likelihood	88.73497	Hannan-Quinn criter.		-2.180843
F-statistic	4.275679	Durbin-Watson stat		1.078410
Prob(F-statistic)	0.007789			

b) Hasil Fixed Effect Model

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 02/20/24 Time: 09:02
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 19
Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.453038	0.079475	5.700387	0.0000
X1	-0.727136	0.250623	-2.901316	0.0054
X2	-0.411281	0.158970	-2.587162	0.0124
X3	-0.026571	0.077268	-0.343885	0.7323

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.503297	Mean dependent var	0.226079
Adjusted R-squared	0.310135	S.D. dependent var	0.082257
S.E. of regression	0.068321	Akaike info criterion	-2.291998
Sum squared resid	0.252060	Schwarz criterion	-1.617312
Log likelihood	109.0959	Hannan-Quinn criter.	-2.022361
F-statistic	2.605566	Durbin-Watson stat	1.730953
Prob(F-statistic)	0.002447		

c) Hasil Random Effect Model

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 02/20/24 Time: 09:03
 Sample: 2019 2022
 Periods included: 4
 Cross-sections included: 19
 Total panel (balanced) observations: 76
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.346215	0.044588	7.764780	0.0000
X1	-0.629978	0.200521	-3.141713	0.0024
X2	-0.150918	0.063882	-2.362439	0.0209
X3	-0.013152	0.063107	-0.208411	0.8355

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.038585	0.2418
Idiosyncratic random		0.068321	0.7582

Weighted Statistics			
R-squared	0.147640	Mean dependent var	0.149862
Adjusted R-squared	0.112125	S.D. dependent var	0.072786
S.E. of regression	0.068584	Sum squared resid	0.338669
F-statistic	4.157116	Durbin-Watson stat	1.357786
Prob(F-statistic)	0.008969		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.147255	Mean dependent var	0.226079
Sum squared resid	0.432739	Durbin-Watson stat	1.062627

3. Pemilihan Model Regresi Data Panel

a) Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.126521	(18,54)	0.0171
Cross-section Chi-square	40.721932	18	0.0017

Cross-section fixed effects test equation:
Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 02/20/24 Time: 09:10
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 19
Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.338197	0.039413	8.580751	0.0000
X1	-0.606048	0.188801	-3.209991	0.0020
X2	-0.123842	0.050678	-2.443693	0.0170
X3	-0.025021	0.060952	-0.410510	0.6827
R-squared	0.151214	Mean dependent var		0.226079
Adjusted R-squared	0.115848	S.D. dependent var		0.082257
S.E. of regression	0.077346	Akaike info criterion		-2.229868
Sum squared resid	0.430730	Schwarz criterion		-2.107198
Log likelihood	88.73497	Hannan-Quinn criter.		-2.180843
F-statistic	4.275679	Durbin-Watson stat		1.078410
Prob(F-statistic)	0.007789			

b) Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	3.554692	3	0.3137

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	-0.727136	-0.629978	0.022603	0.5181
X2	-0.411281	-0.150918	0.021191	0.0737
X3	-0.026571	-0.013152	0.001988	0.7634

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 02/20/24 Time: 09:13

Sample: 2019 2022

Periods included: 4

Cross-sections included: 19

Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.453038	0.079475	5.700387	0.0000
X1	-0.727136	0.250623	-2.901316	0.0054
X2	-0.411281	0.158970	-2.587162	0.0124
X3	-0.026571	0.077268	-0.343885	0.7323

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.503297	Mean dependent var	0.226079
Adjusted R-squared	0.310135	S.D. dependent var	0.082257
S.E. of regression	0.068321	Akaike info criterion	-2.291998
Sum squared resid	0.252060	Schwarz criterion	-1.617312
Log likelihood	109.0959	Hannan-Quinn criter.	-2.022361
F-statistic	2.605566	Durbin-Watson stat	1.730953
Prob(F-statistic)	0.002447		

c) Hasil Uji Lagrange Multiplier (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	3.255374 (0.0712)	0.016168 (0.8988)	3.271541 (0.0705)
Honda	1.804265 (0.0356)	-0.127153 (0.5506)	1.185898 (0.1178)
King-Wu	1.804265 (0.0356)	-0.127153 (0.5506)	0.564227 (0.2863)
Standardized Honda	2.301349 (0.0107)	0.210989 (0.4164)	-2.135486 (0.9836)
Standardized King-Wu	2.301349 (0.0107)	0.210989 (0.4164)	-1.946191 (0.9742)
Gourieroux, et al.	--	--	3.255374 (0.0847)

4. Hasil Analisis Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 02/20/24 Time: 10:08

Sample: 2019 2022

Periods included: 4

Cross-sections included: 19

Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.338197	0.039413	8.580751	0.0000
X1	-0.606048	0.188801	-3.209991	0.0020
X2	-0.123842	0.050678	-2.443693	0.0170
X3	-0.025021	0.060952	-0.410510	0.6827
R-squared	0.151214	Mean dependent var		0.226079
Adjusted R-squared	0.115848	S.D. dependent var		0.082257
S.E. of regression	0.077346	Akaike info criterion		-2.229868
Sum squared resid	0.430730	Schwarz criterion		-2.107198
Log likelihood	88.73497	Hannan-Quinn criter.		-2.180843
F-statistic	4.275679	Durbin-Watson stat		1.078410
Prob(F-statistic)	0.007789			

5. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 02/20/24 Time: 10:08
Sample: 2019 2022
Periods included: 4
Cross-sections included: 19
Total panel (balanced) observations: 76

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.338197	0.039413	8.580751	0.0000
X1	-0.606048	0.188801	-3.209991	0.0020
X2	-0.123842	0.050678	-2.443693	0.0170
X3	-0.025021	0.060952	-0.410510	0.6827
R-squared	0.151214	Mean dependent var		0.226079
Adjusted R-squared	0.115848	S.D. dependent var		0.082257
S.E. of regression	0.077346	Akaike info criterion		-2.229868
Sum squared resid	0.430730	Schwarz criterion		-2.107198
Log likelihood	88.73497	Hannan-Quinn criter.		-2.180843
F-statistic	4.275679	Durbin-Watson stat		1.078410
Prob(F-statistic)	0.007789			

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Putri Awalia

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 Maret 2002

Nomor Induk Mahasiswa : 2005046054

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : JL. Raya Srengseng RT 002/RW 005
Srengseng, Kembangan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, Kode Pos 11630

E-mail : putriiawalia02@gmail.com

No. Hp : 083836074638

B. Riwayat Pendidikan

1. MI Tarbiyah Al – Islamiyah Jakarta Barat (2008-2014)
2. SMPN SSN Jakarta (2014-2017)
3. MAN 1 Semarang (Kab. Semarang/Suruh) (2017-2020)

C. Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon Ekonomi (2020-2022)
2. Tax Center UIN Walisongo Semarang (2020-2023)
3. HMJ Akuntansi Syariah (2021-2022)
4. DEMA FEBI (2022-2023)