



Letter of Acceptance

Kepada Yth.
Sulhendri

Terima kasih atas kiriman paper Anda kepada Simposium Nasional Akuntansi (SNA) yang ke-23 Virtual. Paper Anda diterima untuk dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi (SNA) ke-23 Virtual. Informasi tentang paper Anda adalah sebagai berikut :

Judul paper :

DETERMINANT AGRESIVITAS PAJAK: STUDI EMPIRIS DI INDONESIA

Penulis :

Sulhendri - Universitas Muhammadiyah Jakarta

Luqman Hakim - Universitas Muhammadiyah Jakarta

Elvira Dwiana Ramadhani - Universitas Muhammadiyah Jakarta

Surat ini kami sampaikan untuk membantu Anda mendapatkan dana untuk keperluan menghadiri SNA ke-23 Virtual.

Kami berharap Anda dapat hadir dan mempresentasikan paper Anda di SNA ke-23 Virtual.

Yogyakarta, 05 July 2020

Hormat Kami,

Syaiful Ali., MIS., Ph.D., CA.

DETERMINANT AGRESIVITAS PAJAK: STUDI EMPIRIS DI INDONESIA

Abstract

This study aims to examine and provide empirical evidence regarding the effect of corporate social responsibility, profitability, and leverage on tax aggressiveness. This research is a quantitative study using secondary data obtained through the Bursa Efek Indonesia. The companies used as the research are food and beverage sub-sector manufacturing companies which are on the Bursa Efek Indonesia.

The sampling process uses a purposive sampling method using several criteria that results in 11 companies out of 17 listed companies. Hypothesis testing used is the Variable Regression Analysis using the program Eviews 9.0 and a significant influence level of 5% (0.05).

The results of this test indicate that: (1) Corporate Social Responsibility has a positive and significant effect on tax aggressiveness, (2) Profitability has a positive and significant effect on tax aggressiveness, (3) Leverage has a not effect on tax aggressiveness. (4) Corporate Social Responsibility, Profitability, and Leverage has a significant effect on tax aggressiveness.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Probability, Leverage, Tax Aggressiveness.*

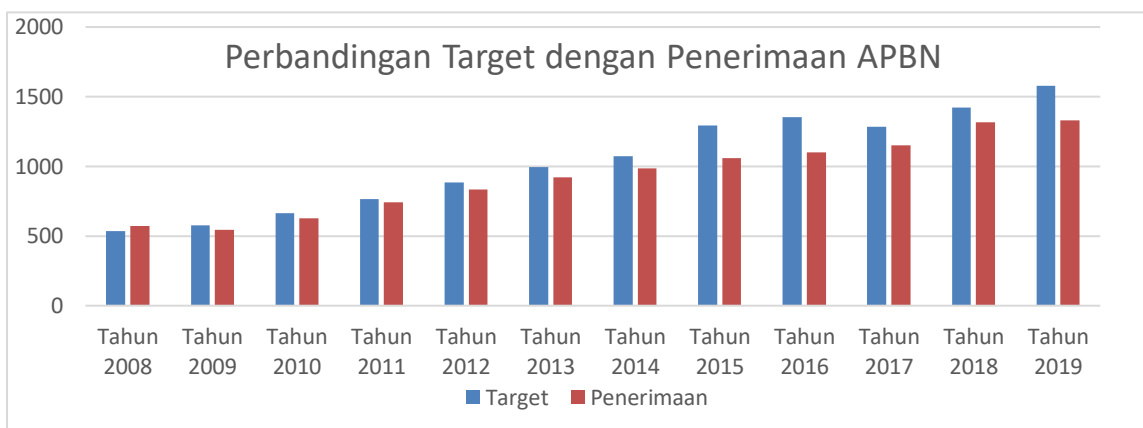
1. PENDAHULUAN

Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Nomor 16 tahun 2009 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Saat ini, pajak merupakan sumber penerimaan internal yang terbesar dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Pajak merupakan primadona penerimaan negara yang sangat dominan dalam struktur APBN, data Departemen Keuangan Dalam APBN Tahun 2019, penerimaan pajak ditetapkan sebesar Rp1.578,00 Triliun. Berikut merupakan tabel A perbandingan dari Target penerimaan pajak dengan penerimaan pajak dari tahun 2008-2019 yang diambil dari Bps.go.id dan Kompas 30 Maret 2020 Hal A.

Tabel A
Target dan Penerimaan Negara Dalam Negeri
(Dalam Miliaran Rupiah)

Tahun	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Target	535	577	662	764	885	995	1,072	1,294	1,355	1,284	1,424	1,578
Penerimaan	571	545	628	743	836	921	985	1,061	1,102	1,151	1,315	1,332
Persentase	106.73%	94.45%	94.86%	97.26%	94.44%	92.58%	91.86%	81.97%	81.30%	89.68%	92.35%	84.41%



(Sumber : <https://www.bps.go.id>)

Dalam periode tahun 2008-2019, pemerintah telah berhasil meningkatkan penerimaan perpajakan dari sebesar Rp 571 triliun pada tahun 2008, menjadi sebesar Rp 1.332 triliun ditahun 2019. Dalam kurun waktu tersebut, total penerimaan perpajakan cenderung lebih meningkat. Realisasi penerimaan pajak untuk di tahun 2019 merupakan pertumbuhan perpajakan yang tertinggi selama 12 tahun sebelumnya (kemenkeu.go.id). Dilihat dari besarnya presentasi penerimaan negara yang bersumber dari sektor pajak, dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya arti pajak bagi pemerintah dan Indonesia. Pada masa pandemic covid-19 2020 ini penerimaan negara sampai dengan bulan April 2020 mengalami koreksi yang cukup dalam dimana dunia usaha mengalami perlambatan baik arus barang maupun arus jasa yang berhubungan dengan dampak dari penerimaan Negara.

Slemrod (2004) dalam Balakhrisan (2011) berpendapat bahwa agresivitas pajak merupakan suatu aktivitas spesifik yang tujuan utamanya meminimalkan biaya pajak perusahaan. Namun, tindakan agresivitas pajak tentunya dapat merugikan rakyat karena seharusnya perusahaan taat untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan dalam menjalankan kewajiban negara.

Keputusan majerial yang menginginkan meminimalkan biaya pajak perusahaan dilakukan melalui tindakan agresivitas pajak yang semakin marak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Tindakan agresivitas pajak pun dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan bagi perusahaan.

Tindakan agresivitas ini secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang bisa mengubah persepsi masyarakat luas terhadap lingkungan yang berada disekitarnya. Tentu tindakan ini tidak sejalan dengan kegiatan CSR yang bertujuan mendukung pembangunan dan kesejahteraan lingkungan sekitar. ini juga secara tidak langsung menjadi perhatian publik yang bisa mengubah persepsi masyarakat luas terhadap lingkungan yang berada disekitarnya.

Menurut Ida, dkk (2016) menjelaskan bahwa Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan hanya dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu saja yaitu pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu.

Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, dan penelitian ini menggunakan ROA (return on asset) sebagai alat untuk mengukur profitabilitas suatu perusahaan. Apabila ROA meningkat berarti perusahaan tersebut mampu mengefesiesikan aset yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan laba yang besar, dengan demikian pajak yang dikenakan akan besar dan perusahaan tentu tidak menginginkan pembayaran pajak seperti ini, sehingga perusahaan mengupayakan berbagai tindakan agar dapat meminimalkan pembayaran pajak atau ada indikasi perusahaan akan melakukan tindakan agresivitas pajak,

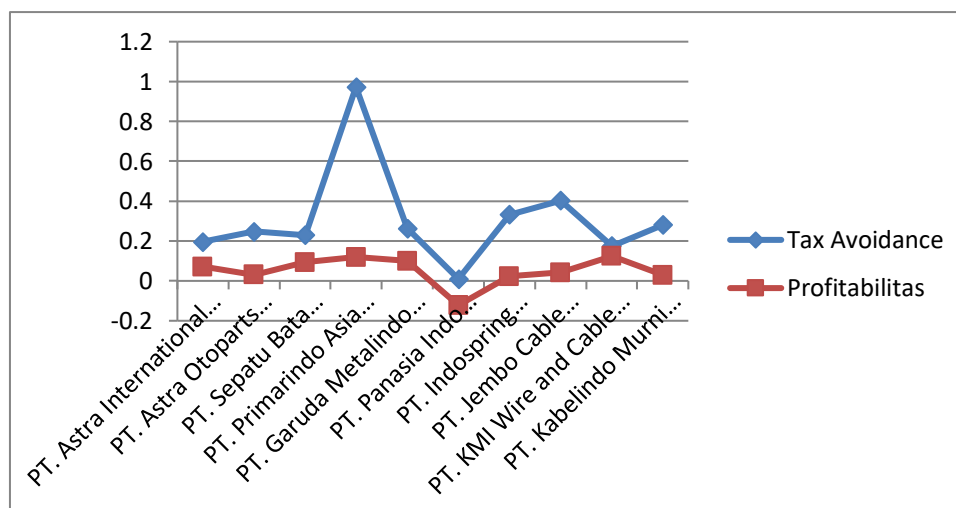
Krisnata (2012) menjelaskan bahwa *Leverage* adalah suatu ukuran yang menunjukkan sampai mana sekuritas beban tetap atau utang dan saham preferen yang digunakan sebagai struktur modal suatu perusahaan. *Leverage* merupakan rasio yang menandakan besarnya modal eksternal yang digunakan perusahaan untuk melakukan aktivitas operasinya. Hasil perhitungan rasio *leverage* menandakan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan berasal dari modal pinjaman perusahaan tersebut.

Namun, Perusahaan kemungkinan menggunakan hutang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Hutang akan menimbulkan beban tetap yang disebut bunga. Beban bunga yang akan ditanggung perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak perusahaan untuk menekan beban pajaknya.

Untuk melihat fenomena penelitian ini kami tampilkan data dan grafik dari nilai rata rata penghindaran pajak dan profitabilitas Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1
Nilai Rata Rata Aneka Industri 2015 - 2017

No	EMITEN	Tax Avoidance	Profitabilitas
1	PT. Astra International (Persero), Tbk.	0.196251416	0.070620357
2	PT. Astra Otoparts (Persero), Tbk.	0.247118229	0.030898243
3	PT. Sepatu Bata (Persero), Tbk.	0.229226888	0.092682036
4	PT. Primarindo Asia Infrastructure (Persero), Tbk.	0.973326095	0.11941217
5	PT. Garuda Metalindo (Persero), Tbk.	0.263103546	0.100195402
6	PT. Panasia Indo Resources (Persero), Tbk.	0.009923168	-0.121931592
7	PT. Indospring (Persero), Tbk.	0.333162306	0.022479384
8	PT. Jembo Cable Company (Persero), Tbk.	0.402763865	0.042826707
9	PT. KMI Wire and Cable (Persero), Tbk.	0.176081645	0.124037744
10	PT. Kabelindo Murni (Persero), Tbk.	0.281191156	0.029453337



Dari tabel 1 diatas dapat dijelaskan bahwa dari nilai penghindaran pajak rata rata yang tertinggi yaitu PT Primarindo Asia Infrastructure (Persero) Tbk. Sebesar 0.98 dan nilai profitabilitas rata rata yang cukup besar juga sebesar 0,12. Sedangkan nilai penghindaran pajak rata rata yang terendah yaitu PT Panasia Indo Resources (Persero) Tbk. Sebesar 0.01 dan nilai profitabilitas rata rata yang negatif sebesar -0,12. Jadi perusahaan yang mendapatkan laba tinggi maka kemungkinan melakukan penghindaran pajak peluangnya cukup besar sebaliknya perusahaan yang mengalami kerugian tidak melakukan penghindaran pajak.

Berdasarkan latar belakang diatas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* yang berhubungan dengan agresivitas pajak. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “**Determinant Agrevitax Pajak : Studi Empiris di Indonesia**”.

2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Menurut Grey dkk (1996) menjelaskan bahwa Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Hal ini mengindikasikan adanya kontrak sosial antara perusahaan terhadap masyarakat dan adanya pengungkapan sosial lingkungan. Perusahaan menjalankan kontrak sosial harus menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku agar berjalan dengan selaras.

Sri (2016) menyatakan bahwa teori legitimasi adalah praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang harus dilaksanakan sebaik mungkin agar nantinya aktivitas dan kinerja perusahaan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat.

Chariri (2008) mengatakan bahwa teori legitimasi menjelaskan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut dan mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Dari ketiga pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi adalah suatu sistem perusahaan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial antara perusahaan kepada masyarakat dan adanya nilai nilai norma, sosial, dan lingkungan.

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan mengenai adanya hubungan antara *principle* yang memiliki wewenang dengan *agent* atau pihak yang diberi kewenangan untuk menjalankan perusahaan. Manajer (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pemilik perusahaan (*principle*) karena manajer dianggap lebih memahami dan mengetahui keadaan perusahaan yang sebenarnya.

Anthony, dkk (2009) menjelaskan bahwa teori agensi setiap individu akan bertindak untuk kepentingan dari mereka sendiri., sama seperti dengan sifat manusia yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja.

Beberapa kemungkinan masalah atau konflik yang dapat terjadi antara *principal* dan *agent* yang biasa disebut dengan *agency conflict* dimana merupakan konflik yang muncul karena keinginan manajemen untuk melakukan tindakan sesuai dengan kepentingannya yang mungkin bisa dapat mengorbankan kepentingan prinsipal dalam mendapatkan keuntungan perusahaan.

Pajak

Menurut Rimsky K Judisseno, Pajak merupakan suatu kewajiban kenegaraan berupa pengabdian dan peran aktif warga negara dan anggota masyarakat lainnya untuk membiayai keperluan negara berupa pembangunan nasional yang pelaksanaannya diatur dalam undang-undang dan peraturan untuk tujuan kesejahteraan bangsa dan negara.

Menurut S.I Djajadiningrat, Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu. Tetapi, bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Menurut Undang-undang KUP pasal 1, Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmurannya

Agresivitas Pajak

Menurut Jessica, dkk (2016) agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Hal ini merupakan hambatan yang terjadi dalam pemungutan pajak sehingga mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas negara, apabila hal ini dilakukan secara terus-menerus oleh perusahaan maka negara akan mengalami kerugian yang cukup besar dalam penerimaan sektor pajak (Sari dan Martani, 2010).

Penelitian ini menggunakan proksi ETR sesuai dengan proksi yang dipakai oleh peneliti terdahulu. Rumus untuk menghitung ETR adalah sebagai berikut:

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

Corporate Social Responsibility

Menurut *World Bank* dalam M. Anita (2015) menyatakan bahwa CSR) adalah komitmen bisnis untuk kontribusi dalam pengembangan ekonomi bekerja dengan karyawan dan representatif mereka, komunitas lokal dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan dimana keduanya baik untuk bisnis dan pengembangan.

CSR adalah salah satu konsep akuntansi yang baru yakni transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan (Ardilla, 2007).

Penelitian ini menggunakan indeks untuk pengungkapan CSR, dengan rumus sebagai berikut:

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

Profitabilitas

Menurut Sudarmaji dan Sularto (2007) profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Profitabilitas merupakan faktor penentu beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang lebih besar akan membayar pajak yang lebih besar pula.

Salah satu rasio profitabilitas adalah Return On Asset (ROA). Dalam analisis laporan keuangan, ROA dianggap dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Penelitian ini menggunakan proksi ROA untuk mengukur profitabilitas, dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

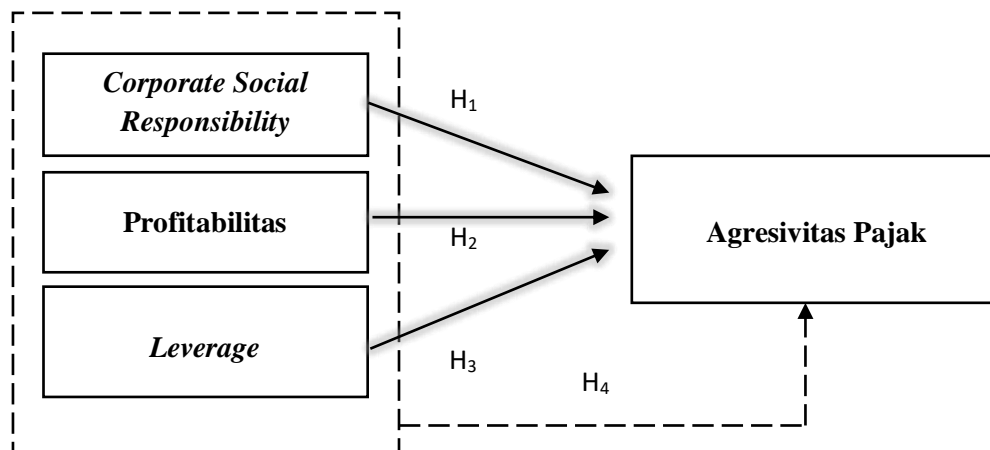
Leverage

Menurut I dewa (2015) mendefinisikan *leverage* adalah bisnis yang mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap.

Menurut Riyanto (2001) mendefinisikan *leverage* sebagai penggunaan aset atau dana yang penggunaannya memiliki kewajiban untuk membayar biaya tetap. *Leverage* timbul apabila perusahaan membiayai aset dengan nama pinjaman yang memiliki beban bunga. Penelitian ini menggunakan proksi LEV untuk mengukur *leverage*, dengan rumus sebagai berikut:

$$LEV = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Aset}}$$

Gambar 1
Kerangka Berpikir



Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Agresivitas pajak.

Pengungkapan informasi CSR dilakukan perusahaan sebagai wujud perhatian perusahaan untuk membina hubungan baik dengan pemerintah melalui ketaatannya dalam membayar pajak. Berkaitan dengan hal tersebut perusahaan beranggapan bahwa dalam pengungkapan CSR, perusahaan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR (Setiadji dalam Octaviana, 2014). Perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan beban pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak. Jika perusahaan membayar pajak tanpa melakukan tindakan agresivitas pajak, berarti perusahaan telah turut serta dalam mensejahterakan kehidupan rakyat.

Teori Legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut membantu mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Dowling & Pfeffer, 1975).

Penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2017) mengenai agresivitas pajak memberikan kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, artinya bahwa perusahaan memperbesar biaya CSRnya agar beban pajak yang dibayar oleh perusahaan menjadi rendah.

H₁: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas adalah kemampuan yang besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemennya dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus dibayarkan.

Teori Agensi akan memacu perusahaan (agen) untuk meningkatkan laba. Seiring dengan peningkatan laba, maka perusahaan akan mampu untuk membayar biaya pajak yang besar.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017) dan Yani (2018) bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Leverage pada perusahaan adalah tingkat dukungan modal perusahaan yang akan diperoleh dari pihak luar perusahaan. Semakin besar tingkat modal perusahaan maka akan semakin tinggi risiko yang akan dihadapi oleh perusahaan seperti kebangkrutan dan biaya keagenan yang tinggi.

Teori agensi menyebutkan bahwa *leverage* adalah salah satu mekanisme bagi *stakeholder* untuk meminimumkan masalah keagenan dengan manajer.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani (2014) menyatakan *leverage* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, dimana semakin tinggi *leverage* semakin tinggi pula agresivitas pajak perusahaan.

H₃: *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Dalam hipotesis diatas merupakan hipotesis *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Maka peneliti akan menguji variabel tersebut secara simultan dengan hipotesis :

H₄ : *Corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan keseluruhan proses berpikir dari mulai menemukan, memilih, dan merumuskan masalah penelitian, mengkaji kepustakaan, mengumpulkan data dan menganalisis data, serta menginterpretasikan hasil sampai pada penarikan kesimpulan (Sanusi. 2013, hal 28). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen sering disebut dengan variabel *stimulus*, *predictor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Sumber Data, Tempat dan Waktu Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2015-2018, yang diperoleh dari media internet dengan cara mendownload melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini dilakukan di Kantor Bursa Efek Indonesia (BEI) Jakarta yang beralamat di Gedung Bursa Efek Indonesia Tower 2, lantai 1 Jl. Jendral Sudirman Kav 52-53 Jakarta Selatan 12190. Penelitian ini juga diakses melalui situs resmi BEI yakni melalui website <http://www.idx.co.id>.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar dan laporan keuangannya dipublikasi oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2015-2018. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang artinya perusahaan yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian ini dipilih menggunakan pertimbangan dengan memasukkan unsur-unsur tertentu yang dianggap memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut dari tahun 2015-2018.
2. Mempublikasikan laporan keuangannya secara lengkap dan secara berturut-turut dari tahun 2015-2018.
3. Laporan keuangan yang memiliki data lengkap terkait dengan variabel, yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, *leverage*, dan agresivitas pajak.
4. Menggunakan Mata Uang Rupiah.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data elektronik dalam sebuah aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis statistik yaitu dengan perhitungan *software statistic eviws 9 (Econometric Views)* program komputer berbasis Windows yang banyak dipakai untuk analisis statistika dan ekonometri jenis runtun-waktu (*time series*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan model regresi data panel yang terdiri atas tiga model, yaitu *Common Effect Model (Pooled Least Square)*, *Fixed Effect Model (FEM)* dan *Random Effect Model (REM)*. Untuk menentukan pendekatan model regresi terbaik yang sesuai dengan data penelitian harus dilakukan uji berpasangan masing-masing model, diantaranya:

1) Uji Chow

Berdasarkan hasil uji *chow* menunjukkan nilai probabilitas *cross section F* dan *chi-square* < 0,05 yaitu sebesar 0,0000 dan 0,0000 dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa model *fixed effect* lebih baik dalam mengestimasi regresi data panel dibandingkan dengan *common effect*.

2) Uji Lagrange Multiplier

Berdasarkan hasil uji *lagrange multiplier* diketahui hasil perhitungan dari uji *Lagrange Multiplier* sebesar 0.0000 dimana nilainya < 0,5. Sehingga lagrange multiplier test ini menunjukkan bahwa menerima H1 yang berarti metode estimasi terbaik adalah *Random Effect*.

3) Uji Hausman

Berdasarkan hasil *Housman Test* menunjukkan bahwa nilai probabilitas *chi-square* < 0.05 yaitu sebesar 0.0042, sehingga dapat disimpulkan bahwa di antara model *fixed effect* dengan *rondom effect*, model *fixed effect* yang terbaik.

Dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam regresi data panel untuk mengestimasi pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel dalam penelitian selama tahun 2015-2018 adalah model *Fixed Effect*.

Analisis Estimasi Regresi Data Panel

Tabel 2.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Dependent Variable: ETR?				
Method: Pooled EGLS (Cross-section weights)				
Date: 12/08/19 Time: 17:10				
Sample: 2015 2018				
Included observations: 4				
Cross-sections included: 11				
Total pool (balanced) observations: 44				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
White cross-section standard errors & covariance (d.f. corrected)				
WARNING: estimated coefficient covariance matrix is of reduced rank				
C	0.032531	0.034473	0.943679	0.0000
CSR?	0.365235	0.081531	4.479694	0.0001
ROA?	0.132467	0.045664	2.900940	0.0069
LEV?	0.075230	0.068843	1.092772	0.2832
Fixed Effects (Cross)				
_CEKA—C	-0.053221			
_CLEO—C	-0.089358			
_DLTA—C	-0.078813			
_HOKI—C	0.069312			
_ICBP—C	-0.132480			
_INDF—C	-0.208177			
_MLBI—C	-0.001474			

Lanjutan Tabel 2			
_MYOR—C		-0.160435	
_ROTI—C		-0.158048	
_SKBM—C		0.879645	
_ULTJ—C		-0.086950	
Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
Weighted Statistics			
R-squared	0.961852	Mean dependent var	0.437255
Adjusted R-squared	0.945320	S.D. dependent var	0.469336
S.E. of regression	0.090765	Sum squared resid	0.247147
F-statistic	58.18466	Durbin-Watson stat	2.154191
Prob(F-statistic)	0.000000		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.798327	Mean dependent var	0.146364
Sum squared resid	0.643157	Durbin-Watson stat	2.346846

Hasil estimasi pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak dengan model *fixed effect* berdasarkan tabel 2 dapat ditulis dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$ETR = [C_i + 0.032531] + 0.365235*CSR - 0.132467*ROA - 0.075230*LEV \quad (1)$$

C_i = Konstanta *fixed effect* perusahaan ke- i , $i = 1, \dots, 10$.

Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap koefisien regresi data panel secara parsial dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas mempengaruhi agresivitas pajak secara parsial dengan tingkat alpha 5% ($\alpha = 0,05$).

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.
Berdasarkan uji t terlihat bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh secara positif terhadap agresivitas pajak dan signifikan, dimana nilai probabilitas sebesar 0.0001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak. Nilai koefisien parsial variabel *corporate social responsibility* sebesar 0.365235 menunjukkan bahwa jika terjadi pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar satu persen maka agresivitas pajak akan menurun sebesar 0.365235 persen dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Temuan empiris ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode 2015-2018.
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak
Berdasarkan uji t terlihat bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan, dimana nilai probabilitas sebesar 0.0069 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak. Nilai koefisien parsial variabel profitabilitas sebesar 0.132467 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan nilai probabilitas sebesar satu persen maka agresivitas pajak akan meningkat sebesar 0.132467 persen dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Temuan empiris ini sejalan dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel probabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode 2015-2018.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak
Berdasarkan uji t terlihat bahwa variabel leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dimana nilai probabilitas sebesar 0.2832 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yang berarti H_0 diterima. Nilai koefisien parsial variabel profitabilitas sebesar 0.075230 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan nilai *leverage* sebesar satu persen maka agresivitas pajak akan turun sebesar 0.075230 persen dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Temuan empiris ini tidak sejalan dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman periode 2015-2018.
4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap agresivitas pajak.
Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variabel *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap agresivitas pajak. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian koefisien determinasi R^2 sebesar 0.961852 maka pengujian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak dapat dijelaskan dengan variabel CSR, profitabilitas, dan *leverage* sebesar 96% dan sisanya 4% dipengaruhi oleh faktor diluar model regresi ini.

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi data panel pada program Eviews 9.0. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018 dengan data sampel sebanyak 17 perusahaan.

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka kesimpulan atas penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak
2. Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak
3. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
4. Seluruh variabel bebas (*Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage*) secara bersama-sama mempengaruhi agresivitas pajak.

Implikasi

Hasil estimasi dan analisis dari model regresi data panel dalam penelitian ini memberikan implikasi yang signifikan baik dalam aspek teoritis dalam aspek manajerial.

Implikasi Praktis

- a. Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak, dimasa pandemic covid-19 dan banyak perusahaan mengalami penurunan kinerja hal ini

terbukti dampak terhadap pajak karena banyak perusahaan meminta keringan pajak kepada pemerintah karena kemampuan keuangan perusahaan terdampak dari kondisi perekenomian global. Profitabilitas perusahaan menurun akan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

- b. Sebagai wajib pajak, sudah seharusnya jika menginginkan keuntungan yang sebesar-besarnya, maka tindakan agresivitas pajak akan semakin marak. Namun, fenomena agresivitas pajak tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja, perusahaan dengan skala menengah dan kecil sekalipun akan mampu melakukan tindakan agresivitas pajak walaupun jumlahnya tidak terlalu berdampak pada pendapatan negara.
- c. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung akan melakukan perencanaan pajak yang matang, sehingga menghasilkan pajak yang optimal dan kecenderungan dalam melakukan aktivitas agresivitas pajak oleh perusahaan akan mengalami penurunan.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Variabel Dependen yang mempengaruhi agresivitas pajak masih mencakup jumlah yang begitu terbatas, karena masih banyak faktor lain yang potensial mempengaruhi.
2. Objek penelitian ini terbatas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga tidak bisa digeneralisasikan di semua sektor.
3. Periode penelitian yang digunakan 4 tahun dari tahun 2015-2018 dan perusahaan yang dipakai cenderung sedikit hanya 17 perusahaan, sehingga jumlah sampel penelitian hanya empat kali jumlah sampel yaitu 44.

Saran

Adapun saran yang peneliti ajukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya untuk melihat adanya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah variabel independen lain yang mempengaruhi Agresivitas Pajak.
2. Terkait jumlah sampel dan periode penelitian, agar selanjutnya dapat mengupayakan jumlah sampel yang lebih banyak dan dengan menambah periode penelitian yang lebih panjang agar hasilnya menjadi lebih baik.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan Teknik pengukuran lain dalam menghitung Agresivitas Pajak selain ETR (*Effective Tax Rate*).

Adapun saran yang peneliti ajukan pada pihak-pihak lainnya untuk melihat adanya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan suatu perusahaan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Direktorat Jendral Pajak agar lebih mengawasi pelaksanaan kewajiban pajak perusahaan. Terdapat faktor-faktor sebagai indikasi adanya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Perusahaan yang tidak mengungkapkan *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* yang tinggi dapat diindikasikan melakukan agresivitas pajak.
2. Hendaknya pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) secara berkala meninjau kembali peraturan-peraturan perpajakan yang ada sehingga dapat

mempersempit celah untuk melakukan tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

www.bps.go.id diakses pada Rabu, 20 Februari 2019.

www.kemenkeu.go.id diakses pada 20 Februari 2019.

<https://nasional.kontan.co.id/news/coca-cola-diduga-akali-setoran-pajak> diakses pada Rabu, 17 Juli 2019.

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/perang-tarif-pajak-menarik-investasi> diakses pada Rabu, 17 Juli 2019.

<https://investigasi.tempo.co/toyota> diakses pada Rabu, 17 Juli 2019.

<https://www.idx.co.id> diakses pada Rabu, 12 Juni 2019.

Agustia, Dian, dan Ardilla. 2014. *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility, Disclosure, dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Airlangga.

Ammirudin, Antong, dan Rismawati. 2013. *Perpajakan: Pendekatan Teori dan Praktik*. Malang. Empat Dua Media.

Anggraini, Fr Reni. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.

Anthony. R. Vijay Govindarajan. 2009. *Management Control System*. Jilid I dan II. Terjemahan Kurniawan Tjakrawala dan Krista, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Ardiyansah. Danis dan Zulaikha. 2014. *Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio dan Komisaris Independen terhadap Effective Tax Rate (ETR)*. Diponegoro Journal of Accounting.

Arlindania W. 2011. *Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 4.

Arias. 2013. *Do Business Characteristic Determine an Effective Tax Rate*.

Asep Hermawan dan Husna. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.

Avi, Yonah. Reuven S. 2006. *Corporate Social Responsibility and Strategic Tax Behaviour. Public Law and Legal Theory Working Paper Series. WorkingPaperNo.69*

Azzahra. 2017. *Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap Agresivitas Pajak*. Universitas Riau. <https://jom.unri.ac.id/>.

Balakhrisnan, et.al. 2011. *Does Tax Aggressiveness Reduce Financial Reporting Transparency*.

- Bowman, E.H. dan Haire, M. 1976. *Social Impact Disclosure and Corporate Annual Report Accounting*. Organization and Society Vol 1.
- Cheers. Zachar. 2011. *The Corporate Social Responsibility Debate Spring*.
- Chariri, Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chariri. 2008. *Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan*. Semarang: Jurnal Maksi, Vol 8. No 2. Agustus 2008.: 151-169.
- Dowling, J. and Pfeffer, J. 1975. *Organisation Legitimicy: Social Values and Organisational Behavior*. Pacific Sociological Review. Vol 18.
- Frank, et.al. 2009. *Tax Reporting aggressiveness and its Relation to Aggressive Financial Reporting*. *Journal Of Accounting Review*. Vol 84. No.2.
- Gray, et al. 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall Europe, Hemel Hempstead.
- Heal, Geoffrey. 2004. *Corporate Social Responsibility, an Economic and Financial Framework*. Columbia Bussiness School.
- Hendra, Titisari Kartika, dkk. 2010. *Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Hidayati, dan Murni. 2009. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Response Coefficient pada Perusahaan High Profile*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol 11. No1. Hal 1-18.
- Hlaing, K.P. 2012. *Organizational Architecture of Multinationals and Tax Aggressiveness*. University of Waterloo. Canada.
- I Gede. dan I Made. 2014. *Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return On Assets, dan Ukuran Perusahaan pada Penghindaran Pajak*. Universitas Udayana.
- Ida, A. dan Putu, E.S. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Tax Avoidance*. Universitas Udayana. Vol 1
- Jessica, dan Agus Arianto. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. *Akuntansi Pajak*. Universitas Kristen Petra.
- Juanda, Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. IPB Press. Bogor
- Kamila, Putri dan Dwi Martini. 2014. *Analisis Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan dan Agresivitas Pajak*. Simposium Nasional Akuntansi.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan ke-7. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- KH. Titisari. 2010. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi.
- Khurana, Inder K dan William J Mosser. 2009. *The Effects of Executives on Corporate Tax Avoidance, Social Science Research Network*.

- Komang, A. Novita dan Luh K.S. 2015. *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Universitas Udayana. Vol 4. No10.
- Kristiana. Ni Nyoman dan I Ketut. 2014. *Pengaruh Karakter Eksekutif, Karakteristik Perusahaan, dan Dimensi Tata Kelola Perusahaan yang Baik pada Tax Avoidance di BEI*. E-Jurnal Akuntansi. Universitas Udayana.
- Lamo, Said. 2015. *Corporate social responsibility dalam perspektif governance*. Yogyakarta: V Budi Utama.
- Lanis, R. and G. Richardson. 2012. *Corporate Social Responsibility and Tax Aggresivense: An Empricial Analysis*. J. Account. Public Poliy, pp.86-108.
- Mangoting, Yenni. 1999. *Tax Planning: Sebuah Pengantar sebagai Alternatif Meminimalkan Pajak*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Universitas Kristen Petra.
- Muchson, M. 2017. *Statistik Deskriptif*. Bogor: Guepedia.
- Mudrajad Kuncoro. 2011. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nachrowi D Nachrowi. 2006. *Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan. Cetakan Pertama*, Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Nor. Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Nugraha, Novia Bani dan Wahyu Meiranto. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal Universitas Diponegoro. Vol 4. No 4.
- O'Donovan. 2002. *Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory*. Accounting Auditing and Accountability Journal. Vol 15.
- Pradnyadari. Intan Ayu. 2015. *Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rahayu. Sri. 2016. *Media Expose, Financial Performance and The Cost Of CSR Evidence in Indonesia Company*. International Journal of Bussines Quantitative Economics and Applied Management Research. ISSN: 2349-5677. Vol 2. No 3.
- Ramila, Prima, dan Sri. 2017. *Pengaruh corporate social responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intesity terhadap Agresivitas Pajak*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Samuelson, Paul A. 2011. *Ilmu Makro Indonesia*. Jakarta. PT Media Edukasi.
- Sanusi, Anwar. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, K.S. dan Martani, Dwi. 2010. *Ownership Characteristic, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness*. The Accounting and Colloquium.
- Slemrod, J. 2004. *The Economics of Corporate Tax Selfishness*. National Tax Journal 57, 877-899
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis. Bandung*. Alfabeta.

- Sularto. Sudarmadji. 2007. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan*. Proceeding PESAT.
- Tilt. Carol Ann. 2001. *The Content and Disclosure of Australian Corporate Environmental Policies*. Accounting, Auditing & Accountability Journal. Vol 14. No 2.
- Timothy, Y.C.K. 2012. *Effects of Corporate Governance on Tax Aggressiveness, An Honours Degree Project Submitted to the school of Bussines in Partial Fulfilment of the Graduation Requirement for the Degree of Bachelor of Bussines Administration (Honours)*. Hongkong Baptist University Hongkong.
- Yeohena, Maretha. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*. Dipenegoro Journal Of Accounting.
- Zuber, J.M. dan Sanders, D.L. 2013. *The Influence of Attraction and Company Values on Aggressive Corporate Tax Decision-Making*. Journal of Accounting, Ethics & Public policy. Vol 14. No 2.