

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,  
*LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN  
INSENTIF PAJAK TERHADAP  
AGRESIVITAS PAJAK  
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG  
TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2021**

**SKRIPSI**

Oleh  
**NURIYAH AN-NABILA**  
NIM: G02219030



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN

Saya, Nuriyah An-Nabila, G02219030, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustakan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, makasaya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 24 Januari 2023

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', '20 METERAI TEMPEL', and the serial number '65090AKX523727821'.

Nuriyah An-Nabila  
NIM.G02219030

## **LEMBAR PESETUJUAN**

Surabaya, 24 Januari 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Penguji,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ratna'.

Ratna Angraini Aripriatiwi, S.E., M.S.A., Ak., CA

## LEMBAR PENGESAHAN

# PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN INSENTIF PAJAK TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2021

oleh  
Nuriyah An-Nabila  
NIM: G02219030

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 21 Februari 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

### Susunan Dewan Penguji:

1. Ratna Anggraini Aripriatiwi, S.E., M.S.A., Ak., CA  
NIP. 198905282019032014  
(Penguji 1)
2. Nufaisa, S.Sos.I, M.Ak  
NIP. 198907312019032014  
(Penguji 2)
3. Selvia Eka Aristantia, S.A., M.A.  
NIP. 199307302019032029  
(Penguji 3)
4. Luqita Romaisyah, S.A., M.A.  
NIP. 199210262020122018  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan:

  
.....

  
.....

  
.....

  
.....

Surabaya, 17 Maret 2023



Dr. Sirajudin Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 196706070051420000310014



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nuriyah An-Nabila  
NIM : G02219030  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Akuntansi  
E-mail address : [nuriyahannabila@gmail.com](mailto:nuriyahannabila@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Insentif Pajak

Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode

2019-2021

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Februari 2023

Penulis

(  
Nuriyah An-Nabila

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage*, ukuran perusahaan, dan insentif pajak terhadap agresivitas pajak serta untuk mengetahui variabel independen secara parsial terhadap agresivitas pajak. Jenis dari penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif asosiatif dengan data sekunder berupa annual report perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019 - 2021. Terdapat 57 sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS versi 26 dalam pengelolaan datanya.

Penelitian ini memiliki hasil uji bahwa variabel dari *Corporate Social Responsibility*, *leverage* dan insentif pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan khususnya di sektor pertambangan lebih agresif untuk melakukan tindakan agresivitas pajak dengan menggunakan beberapa upaya seperti pengungkapan pada nilai *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, dan insentif pajaknya. Sedangkan untuk variabel dari ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap timbulnya tindakan agresivitas pajak.

Penelitian ini memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk memperluas pemilihan sektor, memperpanjang tahun pengamatan, serta disarankan agar menambahkan variabel independen yang terkait dengan timbulnya agresivitas pajak. Untuk perusahaan disarankan lebih memperhatikan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak agar citra perusahaan tetap baik dan dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya. Selain itu untuk para investor agar semakin teliti dan cermat dalam memprospek perusahaan. Serta untuk pemerintah diharapkan agar selalu bijak dalam setiap menetapkan peraturan yang akan diberlakukan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan, insentif pajak, dan agresivitas pajak.

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of each variable, namely Corporate Social Responsibility (CSR), leverage, company size, and tax incentives on tax aggressiveness and to determine partially independent variables on tax aggressiveness. This type of research is associative quantitative research with secondary data in the form of annual reports of mining sector companies listed on the IDX for the period 2019 - 2021. There were 57 samples used in this study using the purposive sampling method. To test the research hypothesis, multiple linear regression analysis was used with the SPSS version 26 program in managing the data.

This study has test results that the variables of Corporate Social Responsibility, leverage and tax incentives have a significant positive effect on tax aggressiveness. So it can be concluded that companies especially in the mining sector are more aggressive in carrying out tax aggressiveness by using several efforts such as disclosing the value of Corporate Social Responsibility, leverage, and tax incentives. Meanwhile, the variable of company size has no effect on the emergence of tax aggressiveness.

This study provides suggestions for further research to expand sector selection, extend the year of observation, and suggest adding independent variables related to the emergence of tax aggressiveness. It is recommended for companies to pay more attention to factors that can influence tax aggressiveness so that the company's image remains good and can attract investors to invest their capital. In addition, for investors to be more thorough and careful in prospecting the company. As well as for the government is expected to always be wise in every set of regulations that will be enforced.

Keywords: Corporate Social Responsibility, leverage, company size, tax incentives, and tax aggressiveness.

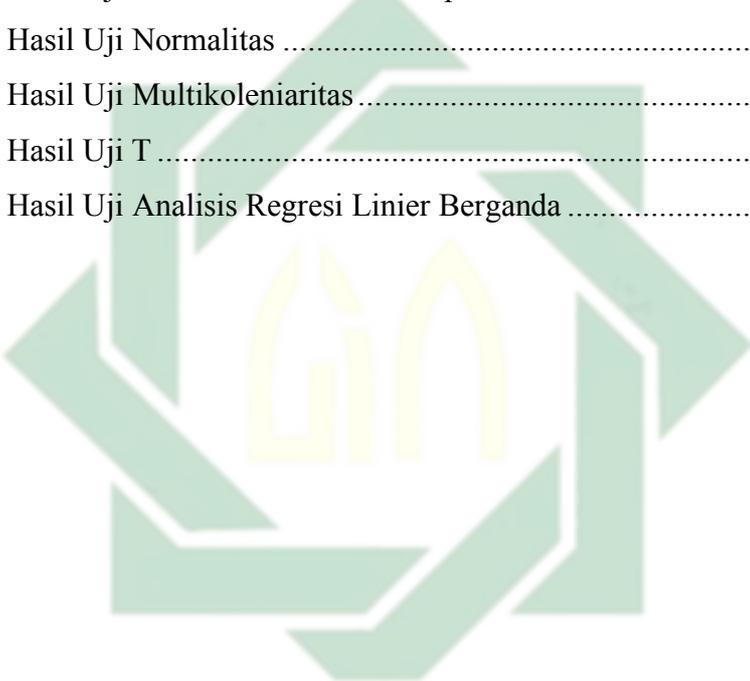
## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>01</b>
1.1 Latar Belakang .....	01
1.2 Rumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b> .....	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Teori TPB ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ) .....	21
2.1.2 Teori Legitimasi .....	25
2.1.3 Teori Kekuasaan Politik.....	26
2.1.4 Agresivitas Pajak.....	27
2.1.5 CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	29
2.1.6 <i>Leverage</i> .....	30
2.1.7 Ukuran Perusahaan.....	31
2.1.8 Insentif Pajak.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	46
2.3.2 Hubungan CSR dengan Agresivitas Pajak.....	46

2.3.2 Hubungan <i>Leverage</i> dengan Agresivitas Pajak.....	49
2.3.3 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Agresivitas Pajak.....	50
2.3.4 Hubungan Insentif Pajak dengan Agresivitas Pajak.....	52
2.4 Kerangka Konseptual .....	54
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Lokasi Penelitian.....	56
3.3 Populasi dan Sampel .....	57
3.4 Definisi Operasional.....	59
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	62
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.7 Teknik Analisis Data.....	64
3.7.1 Analisis Statistik.....	65
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	65
3.7.3 Uji Hipotesis .....	67
3.7.4 Analisis Regresi Linear berganda.....	67
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	70
4.1.1 Lokasi Penelitian .....	70
4.1.2 Karakteristik Sampel Penelitian.....	71
4.2 Analisis Data.....	72
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.2.3 Uji Hipotesis .....	79
4.3 Hasil Pembahasan .....	85
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi dan Target Penerimaan Pajak Pajak Tahun 2017-2021.....	02
Tabel 1.2 Penerimaan Pajak Sektor Pertambangan Tahun 2017-2021 .....	08
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dalam Jurnal Nasional dan Internasional .....	36
Tabel 3.1 Pengambilan Sampel.....	58
Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	72
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	76
Tabel 4.4 Hasil Uji T .....	79
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	83



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

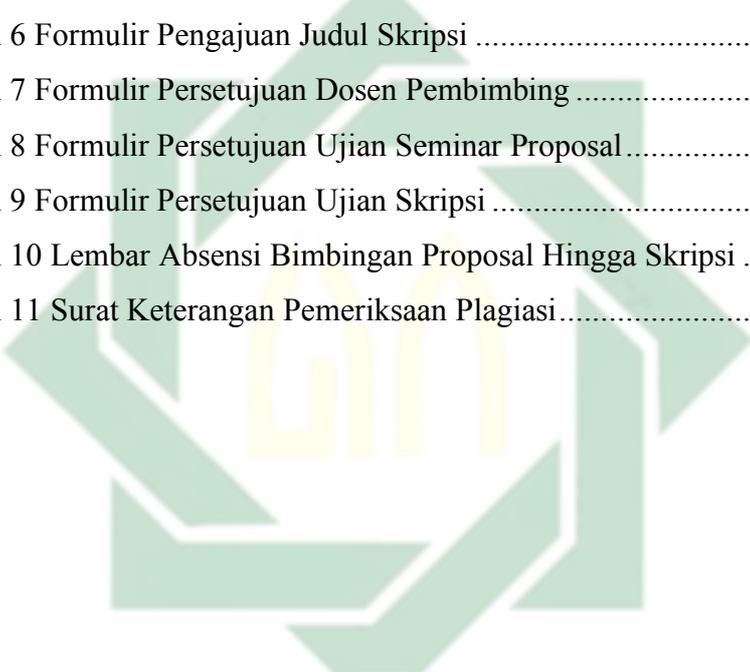
Gambar 1.1 Penerimaan Pajak dari Sektor Utama Pada Tahun 2019-2020 .....	05
Gambar 1.2 Penerimaan Pajak dari Sektor Utama Pada Tahun 2021 .....	07
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	54
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan Pertahun.....	113
Lampiran 2 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	113
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Normalitas ( <i>Kolmogorov Smirnov</i> ).....	114
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Heteroskedastisitas .....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Multikoleniaritas dan Uji t.....	114
Lampiran 6 Formulir Pengajuan Judul Skripsi .....	115
Lampiran 7 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing .....	117
Lampiran 8 Formulir Persetujuan Ujian Seminar Proposal.....	118
Lampiran 9 Formulir Persetujuan Ujian Skripsi .....	119
Lampiran 10 Lembar Absensi Bimbingan Proposal Hingga Skripsi .....	120
Lampiran 11 Surat Keterangan Pemeriksaan Plagiasi.....	121



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

APBN yakni singkatan dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara merupakan hal yang utama dan penting dari Indonesia ketika ingin melakukan berbagai macam kegiatan untuk meningkatkan perekonomian serta pembangunan. Oleh karena itu, dibutuhkannya pendapatan atau pemasukan kas yang nantinya dapat dialokasikan untuk memenuhi kegiatan tersebut. Indonesia merupakan salah satu negara yang pendapatan terbesarnya berasal dari penarikan pajak berbentuk badan perusahaan maupun perorangan. Hingga saat ini, pajak masih menjadi sumber pendapatan bagi negara yang utama. Tidak hanya itu, dengan penarikannya pajak juga bisa memberikan salah satu perubahan besar bagi kemajuan negara. Oleh karena itu pemerintah sangat memfokuskan pajak menjadi kontribusi masyarakat kepada negaranya. Berdasarkan Undang-undang KUP Nomor 28 Tahun 2007, pasal 1 ayat 1, pajak dimaknai memiliki sifat yang memaksa kepada wajib pajak pribadi maupun berbentuk badan yang dimana bertujuan untuk kemajuan dan kemakmuran pada perkembangan pembangunan serta perekonomian negara.

Pajak dari badan merupakan salah satu bentuk pendapatan negara yang terbesar, dimana perusahaan sebagai salah satu wajib pajak yang diwajibkan untuk membayarkan pajaknya. Oleh karena itu, naik turunnya pendapatan negara sangat ditentukan oleh berapa banyak penerimaan pajak yang

diterima. Begitupun sebaliknya, jika perusahaan menghindar untuk membayar pajaknya karena menganggap kegiatan tersebut membebankan dan tidak menguntungkan, maka target penerimaan negara pun tidak akan pernah terealisasi dengan baik atau selalu mengalami *shortfall*.

Berdasarkan sumber informasi data yang dipaparkan oleh Kementerian Keuangan bahwasanya pada tahun 2020, penerimaan pajak di Indonesia mencapai 89,3% dari target yang sudah ditetapkan yakni sebesar Rp 1.070 triliun. Tidak terealisasinya target ini bisa disebut juga dengan nama lain yakni mengalami *shortfall*. Hal ini berkontraksi dibandingkan dengan tahun 2019 lalu, yang dimana pada tahun tersebut Indonesia menerima pemasukan pajak jauh lebih besar hingga mencapai sebesar Rp 1.332,7 triliun. Terjadinya kontraksi pada tahun 2020 ini disebabkan karena 2 hal yakni, pertama dipengaruhi oleh adanya aktivitas ekonomi dunia yang melemah dikarenakan pandemi covid-19. Kedua, diakibatkan oleh adanya pemberian intensif perpajakan yang diberikan pemerintah untuk wajib padan meliputi PPh Pasal 21 DTP, diskon angsuran PPh Pasal 25, serta potongan tarif PPh badan.

*Tabel 1.1 Realisasi dan Target Penerimaan Pajak Pada 2017-2021*

<b>Tahun</b>	<b>Realisasi Penerimaan (dalam triliun rupiah)</b>	<b>Target Penerimaan (dalam triliun rupiah)</b>	<b>Persentase (%)</b>
2017	1.147	1.283	89,4%
2018	1.315,9	1.424	92,4%
2019	1.332,1	1.577,6	84,4%
2020	1.070	1.198,8	89,3%
2021	1.231,9	1.229,6	100,2%

Sumber: CNBC Indonesia.com, (2021)

Selain itu, melihat penerimaan pajak dari 4 tahun yang lalu selalu tidak bisa mencapai target pajak atau tidak dapat terealisasi dengan baik. Hal tersebut dapat dikatakan dengan nama lain yakni mengalami *shortfall*. Dimulai dari tidak terealisasinya target pajak di tahun 2017 yang hanya mampu mencapai 89,4% atau sebesar 1.147 triliun rupiah dari target yang ditentukan yakni 1.287 triliun rupiah.

Dilanjut di tahun 2018, Indonesia masih tidak bisa merealisasikan target pajaknya hingga 100% yang dimana pada tahun tersebut dicatat penerimaannya sebesar 1.315,9 triliun rupiah atau 92,4% dari 1.424 triliun rupiah. Akan tetapi di tahun 2018 adanya peningkatan dari segi target penerimaan pajak yang ditetapkan lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan target penerimaan pajak pun ditingkatkan lagi di tahun selanjutnya yakni pada tahun 2019. Akan tetapi, lagi-lagi Indonesia tidak mampu merealisasikan pajak dari target yang sudah ditentukan. Di tahun 2019 tercatat, realisasi penerimaan pajak sebesar 84,4% dari 1.577,6 triliun rupiah atau hanya sebesar 1.332,1 triliun rupiah. Setelah itu, Indonesia mengalami penurunan drastis dari segi target dan realisasi penerimaan pajak di tahun 2020.

Pada tahun tahun ini Kementerian Keuangan memaparkan bahwa Indonesia menerima pajak sebesar 1.070 triliun rupiah atau 89,3% dari target yang sudah ditentukan yakni sebesar 1.198,8 triliun rupiah. Terakhir pada tahun 2021, Indonesia mengalami kepulihan dengan menerima pajak sebesar 1.231,9 triliun rupiah dan bisa mencapaikan targetnya hingga melebihi 100%.

Adapun target penerimaan pajak yang tercapai yakni sebesar 1.229,6 triliun rupiah. Namun hal ini bukan berarti Indonesia sudah mampu merealisasikan penerimaan pajaknya dengan baik, dikarenakan target penerimaan pajak yang ditetapkan pun juga jauh lebih kecil dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yakni di 2017 hingga 2019.

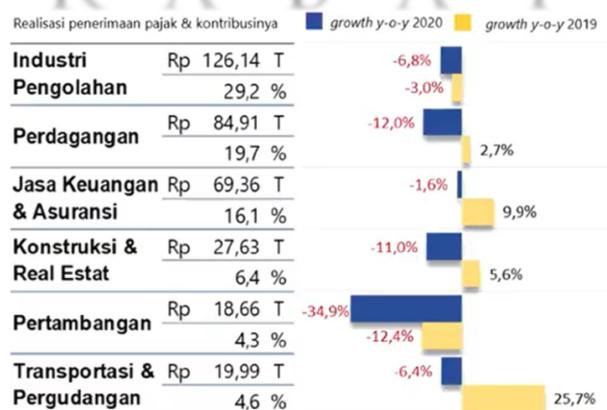
Adapun beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab terealisasinya pajak selalu tidak dapat melampaui target yang sudah ditentukan oleh pemerintah selain lemahnya ekonomi yang diakibatkan pandemi Covid-19 di tahun 2020. Selain itu, beberapa tahun ke belakang yakni sebelum adanya pandemi Covid-19 menurut penjabaran dari Menteri Keuangan (Menkeu) terdahulu, Bambang Brodjonegoro mengungkapkan beberapa faktor yang menyebabkan Indonesia tidak dapat mencapai target yang ditentukan (*shortfall*) disebabkan oleh pertama, rendahnya kepatuhan wajib pajak di Indonesia yakni dibawah 60%. Kedua, restitusi terhadap pajak mengalami kebocoran. Ketiga, yakni rendahnya penerapan pada sistem *self assesment* pajak di Indonesia.

Pertambangan termasuk salah satu sektor utama terbesar di Indonesia yang memiliki kegiatan berupa eksploitasi terhadap sumber daya alam dari secara mekanis maupun manual. Kegiatan pengeksploitasian ini pun tidak hanya dilakukan pada lingkup di dasar bumi namun juga di dasar permukaan air. Hasil eksploitasi yang didapatkan nantinya akan diolah sedemikian rupa menjadi bahan baku utama seperti minyak, gas, batu bara, dan lainnya untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tidak diragukan lagi bahwasanya perusahaan

pertambangan pastinya memiliki total aset yang sangat besar karena dalam menjalankan kegiatan utama yakni eksploitasi dalam lingkup yang luas seperti pencarian, penambangan, pengolahan, pemanfaatan, dan penjualan bahan galian. Oleh karena itu pertambangan juga merupakan salah satu sektor utama yang bisa menyumbangkan pajaknya untuk meningkatkan pendapatan negara.

Adanya pandemi Covid-19 sepanjang tahun 2020 sangat memberikan tekanan maupun kesulitan bagi seluruh dunia. Kejadian ini juga sangat memberikan pengaruh buruk bagi penerimaan pajak di Indonesia dari keenam sektor utama tanpa terkecuali pada sektor pertambangan. Sepanjang tahun 2020 ini, semua sektor utama mengalami penurunan pajak yang agresif khususnya pada pertambangan. Penurunan yang agresif ini pun tidak menampakkan bahwa penerimaan pajak di tahun 2020 bernilai negatif. Adapun berikut dibawah ini tampilan gambar penerimaan pajak dari sektor utama pada tahun 2019-2020.

**Gambar 1.1 Penerimaan Pajak dari Sektor Utama Pada 2019-2020**



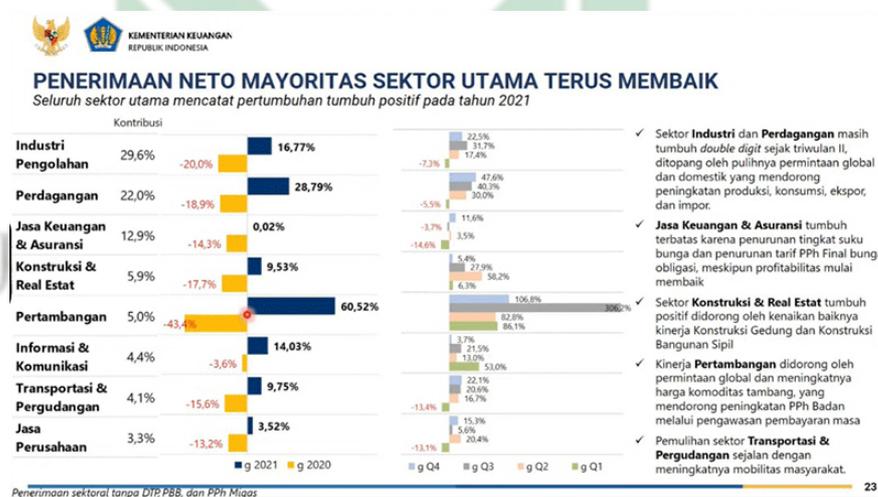
Sumber: news.ddtc.co.id, (2021)

Berdasarkan tampilan gambar diatas yang didapatkan dari sumber forum berita yakni keenam sektor utama mengalami tekanan pada pajaknya sehingga bernilai negatif. Hal tersebut juga nantinya akan berpengaruh terhadap penerimaan pajak di tahun 2020 yang mengalami kontraksi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Diawali dengan sektor industri pengolahan yang mengalami penurunan dari tahun 2019 sebesar 3% lalu pada tahun selanjutnya yakni 2020 kembali mengalami penurunan sebesar 6,8%. meskipun dalam 2 tahun berturut-turut sektor ini mengalami penurunan, namun sektor industri pengolahan masih menjadi sektor usaha yang menyumbangkan pajaknya paling besar dibandingkan kelima sektor lainnya yakni sebesar 126,14 triliun rupiah.

Kedua, yakni ada sektor perdagangan di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 12% dibandingkan dari tahun sebelumnya yang masih mampu meningkat sedikit sebesar 2,7%. Pada sektor ini, pajak yang disumbangkan sebesar 84,91 triliun rupiah. Ketiga ada sektor jasa keuangan dan asuransi yang mengalami paling sedikit penurunan di tahun 2020 dibandingkan dengan kelima sektor lainnya yakni hanya sebesar 1,9%. Pada tahun 2019 pun, sektor ini mengalami peningkatan yang baik yakni sebesar 9,9%. Sektor ini, menyumbangkan pajaknya sebesar 69,36 triliun rupiah. Sektor keempat yakni konstruksi dan real estat yang mengalami penurunan di tahun 2020 sebesar 11%, sedangkan di tahun sebelumnya yakni 2019 sektor ini masih mampu mengalami peningkatan sebesar 5,6%. Pada sektor ini pajak yang disumbangkan kepada negara sebesar 27,63 triliun rupiah.

Selanjutnya yakni dari sektor transportasi dan pergudangan yang mengalami penurunan 6,4% tahun 2020 dari adanya peningkatan yang sangat baik di tahun 2019 sebesar 25,7%. Pajak yang disumbangkan dari sektor transportasi dan pergudangan yakni sebesar 19,99 triliun rupiah. Terakhir yakni dari sektor pertambangan. Sektor pertambangan merupakan sektor yang mengalami penurunan terbesar selama 2 tahun berturut-turut yakni dari 2019 sebesar 12,4% dan 2020 sebesar 34,9%. Pajak yang disumbangkan dari sektor pertambangan juga bernilai paling kecil jika dibandingkan dengan kelima sektor lainnya. Otomatis kontribusi pajaknya kepada negara juga sangat kecil yakni hanya sebesar 4,3% (Kurniati, 2020).

**Gambar 1.2 Penerimaan Pajak dari Sektor Utama Pada 2021**



Sumber: news.ddtc.co.id, (2021)

Adapun kontribusi pajak yang diterima oleh negara pada tahun 2021 terhitung positif untuk seluruh sektor utama. Makna dari perhitungan positif yakni adanya peningkatan untuk penerimaan pajak yang diterima oleh negara

dari sektor utama di tahun 2021. Peningkatan ini memang tidak bisa dikatakan sangat baik, namun dibandingkan dengan adanya penurunan drastis yang terjadi pada tahun 2020 maka kenaikan tersebut masih tergolong cukup baik. Adanya peningkatan pada realisasi pajak di tahun 2021 tersebutlah otomatis juga akan dapat dipenuhinya target pajak yang sudah ditetapkan.

*Tabel 1.2 Penerimaan Pajak Sektor Pertambangan Pada 2017-2021*

No.	Tahun	Penerimaan Pajak (dalam triliun rupiah)
1.	2017	103,92
2.	2018	155,31
3.	2019	123,00
4.	2020	69,55
5.	2021	70,05

Sumber : IDX.co.id, (2022)

Berdasarkan dari tabel diatas, penerimaan pemasukan pajak pada sektor pertambangan sepanjang 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Dimulai pada tahun 2017 penerimaan pajak pada sektor pertambangan sebesar 103,92 triliun rupiah, yang meningkat dibandingkan pada tahun 2016 lalu yakni sebesar 74,11 triliun rupiah. Kemudian, pada tahun berikutnya yakni 2018 sektor pertambangan mengalami kenaikan lagi menjadi sebesar 155,31 triliun rupiah. Akan tetapi pada tahun 2019, sektor pertambangan mengalami penurunan sebesar 123 triliun rupiah. Selanjutnya, pada tahun 2020, sektor pertambangan mencatat penurunan drastis sebesar 69,55 triliun rupiah. Pada tahun 2021, adanya sedikit kepulihan pada sektor pertambangan tercatat sebesar 74,11 triliun rupiah.

Hal tersebut diakibatkan karena sektor pertambangan sangat dipengaruhi oleh dinamika pergerakan harga global. Adapun salah satu faktor yang mengakibatkan sektor pertambangan mengalami penurunan yang signifikan yakni pada tahun 2020 diakibatkan karena adanya pandemi covid-19. Adapun faktor-faktor lainnya yang mengakibatkan turunnya penerimaan pajak pada sektor pertambangan yakni disebabkan hampir 60% perusahaan tambang di Indonesia terlibat dalam kasus korupsi serta tindakan ilegal yang dimana diduga adanya kesepakatan yang dilakukan oleh aparat dengan pejabat daerah. Hal ini dilakukan dengan alasan beratnya beban pajak yang ditanggung serta mengakibatkan banyaknya perusahaan memutuskan untuk menghindar dan tidak membayar pajak kepada negara (Akuntano, 2013).

Melihat adanya sifat pajak yang memaksa, perusahaan merupakan badan yang diwajibkan oleh pemerintah untuk membayar pajak. Rupanya hal ini membuat sebagian besar perusahaan menganggap pandangan pajak yang dianggap penting oleh pemerintah menjadi berlawanan arah. Maksudnya, sebagian besar perusahaan masih menganggap bahwa membayar pajak ke negara merupakan aktivitas yang tidak dirasakan keuntungannya secara langsung bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga menganggap bahwa aktivitas penarikan pajak adalah aktivitas yang menghambat perusahaan untuk bisa mencapai tujuan yakni meraih profit atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan adanya pandangan yang berlawanan terhadap pajak ini lah, menurut Laundry et al (2013) aktivitas

agresivitas pajak dapat terjadi dikarenakan perusahaan masih menganggap pajak sebagai beban (Ayyasy & Muid, 2021).

Aktivitas agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tidak selalu bermakna negatif. Karena ada beberapa perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak dikarenakan ingin menghematkan pengeluaran dengan cara mengambil kesempatan pada adanya titik kelemahan yang terdapat di undang-undang perpajakan tersebut (Kariimah & Septiowati, 2019). Adapun pengelompokan agresivitas pajak sendiri terbagi menjadi dua cara yang pertama yakni *tax avoidance* (penghindaran pajak) adalah cara perusahaan melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah atau kelemahan dari UU dan peraturan pajak. Kedua yakni *tax evasion* (penggelapan atau penyelundupan pajak) adalah cara perusahaan untuk melakukan penggelapan atau penyelundupan pajak dengan menggunakan upaya ilegal seperti ketidakterbukaan atau ketidakjujuran perusahaan akan aset yang dimiliki (Prasista & Ery, 2016).

Berdasarkan adanya isu mengenai kesepakatan yang dilakukan secara ilegal antara aparat dan pejabat, maka oleh karena itu perusahaan tambang sangat berpeluang besar untuk melakukan tindakan agresivitas pajak secara ilegal didukung dengan adanya beberapa kasus yang serupa yakni seperti terbongkarnya sebuah kasus pada tahun 2009 hingga 2017 yang melibatkan PT. Adaro Energy Tbk dalam aktivitas perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang seharusnya dibayarkan dengan cara melakukan *transfer pricing*. Total beban pajak yang diminimalkan terhitung hingga mencapai

sebesar 1,75 triliun rupiah (Sugianto, 2019), PT Jambi Tulo Pratama juga melakukan penggelapan pajak sejak bulan Maret hingga Juli 2019 dengan cara memalsukan faktur pajak yang seharusnya belum dibayarkan menjadi sudah terbayarkan (Almunanda, 2022), perusahaan Goggle di Belanda pun diduga melakukan tindakan *tax evasion* senilai 19,9 miliar euro pada tahun 2017 (Sebayang, 2019), serta kasus serupa yang dilakukan oleh perusahaan Netflix di Italia pada tahun 2015 hingga 2019 (Lestanti, 2022). Adanya beberapa kasus tersebut dapat disimpulkan bahwasanya aktivitas agresivitas pajak dapat menimbulkan kerugian tidak hanya bagi negara, namun juga dapat memberikan citra yang buruk bagi keberlangsungan hidup perusahaan tersebut kedepannya.

Berdasarkan penjabaran isu tersebut, adapun faktor yang diduga menimbulkan adanya tindakan agresivitas pajak yakni CSR. CSR adalah komitmen tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar yang bertujuan untuk menampilkan citra baik yang nantinya akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri (Syairoz, 2019). Hal ini juga diungkapkan dalam UU No 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 terkait bentuk komitmen antara perusahaan dengan pertanggung jawabannya terhadap sosial maupun masyarakat (Ambarjati et al., 2021). Namu, ternyata definisi dari pengungkapan CSR secara transparansi sendiri digunakan sebagai salah satu upaya bagi perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Penelitian yang diteliti oleh Madarina & Ardiyanto (2019) tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengungkapkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR dimensi ekonomi dapat menimbulkan maraknya aktivitas agresivitas pajak sedangkan untuk CSR dimensi lingkungan dan sosial tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan aktivitas agresivitas pajak. Sama halnya dengan Nurcahyono & Kristiana (2019) juga memiliki hasil yang serupa yakni pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap aktivitas agresivitas pajak. Hal ini berbeda dengan ungkapan hasil dari Ambarjati et al. (2021) mengungkapkan bahwa pengungkapan CSR yang tinggi justru mempengaruhi secara positif signifikan terhadap adanya aktivitas agresivitas pajak.

Adapun selain itu beberapa cara lainnya yang dilakukan perusahaan untuk bisa melakukan aktivitas agresivitas pajak yakni dengan cara *leverage* dan ukuran perusahaan. *Leverage* memiliki arti yang sama dengan rasio utang. Rasio utang sendiri merupakan kewajiban yang dimiliki perusahaan dalam jangka panjang. Krisnata (2012) mengungkapkan bahwasanya jika perusahaan memiliki hutang yang relatif rendah, maka adanya aktivitas atau tindakan agresivitas pajak didalam perusahaan tersebut sangat tidak agresif. Begitupun sebaliknya, perusahaan yang cenderung melakukan tindakan aktivitas agresivitas pajak secara agresif biasanya ditandai dengan memiliki hutang yang lebih tinggi. Dikarenakan jika hutang perusahaan tinggi, maka beban pajaknya akan berkurang. Oleh demikian, *leverage* juga menjadi salah

satu upaya bagi perusahaan yang diduga menimbulkan adanya tindakan agresivitas pajak.

Menurut penelitian Yusuf et al (2022) mengungkapkan bahwa agresivitas pajak tidak dipengaruhi oleh *leverage* perusahaan, bahwa besar kecilnya kewajiban yang dimiliki perusahaan tidak cukup kuat untuk membuktikan bahwa perusahaan tersebut melakukan adanya tindakan agresivitas pajak. Namun dengan hasil ungkapan dari Kiswara (2019) mengungkapkan jika *leverage* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi adanya aktivitas agresivitas pajak secara agresif. Dalam penelitiannya diungkapkan jika perusahaan agresif terhadap aktivitas agresivitas pajak, maka salah satu faktornya dipengaruhi oleh besarnya kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Faktor lainnya yang diduga dapat membuat perusahaan melakukan aktivitas agresivitas pajak yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki definisi yakni besar kecilnya total aktiva yang dimiliki perusahaan. Maksudnya ialah, semakin banyak total aktiva yang dimiliki maka akan memberikan tampilan kriteria ukuran perusahaan tersebut.

Menurut Ardyansyah dan Zulaikha (2014) besarnya ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dapat mempengaruhi kecenderungan adanya aktivitas agresivitas pajak. Dikarenakan, perusahaan yang berukuran besar dimungkinkan dapat melakukan segala aktivitas operasionalnya secara berpengalaman untuk mencapai tujuan yakni dengan cara meminimalkan nilai ETR. Jika nilai ETR nya kecil maka beban pajak yang dibayarkan juga

akan berkurang (Mustika, 2017). Definisi dari nilai ETR adalah perhitungan yang secara umum digunakan sebagai alat ukur perusahaan dalam merencanakan tarif pajaknya. Adapun kesimpulan yang bisa ditarik yakni perilaku yang terbentuk didalam sebuah perusahaan akan disesuaikan dengan dari bentuk ukurannya. Perilaku organisasi tersebut dapat berupa pengalaman strategi kerja untuk keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Dengan pengalaman tersebutlah, peluang perusahaan dalam meminimalkan beban pajaknya juga akan semakin agresif.

Hasil pengungkapan dari Yuliana & Wahyudi (2018) mengungkapkan jika adanya bentuk ukuran perusahaan dengan aktivitas agrsivitas pajak memiliki keterhubungan yang bersifat positif signifikan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang diungkapkan oleh Iqbal & Nastiti (2022), bahwa jika tindakan agresivitas pajak tidak serta merta hanya dipengaruhi oleh ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan. Dengan kata lain, penelitian tersebut menjelaskan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Sementara itu, cara atau upaya lain yang diduga dijadikan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak yakni insentif pajak. Insentif pajak adalah upaya yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pembayaran pajak. Adapun penarikan tarif pajak PPh Badan di Indonesia mencapai angka sebesar 25% pada tahun 2019, yang dimana nominal angka tersebut masih dianggap terlalu tinggi bagi beberapa perusahaan khususnya sektor pertambangan.

Selain itu berdasarkan teori Laffer Curve menurut Arthur Laffer (1974) mengungkapkan bahwa adanya titik tarif tertentu pada puncak sebuah grafik yang dimana sebuah negara dapat menerima pendapatan pajak secara maksimal. Maksudnya yakni ialah jika tarif pajak yang ditetapkan lebih besar dari titik tersebut maka semakin menurun pula penerimaan pajak yang diterima oleh sebuah negara. Hal tersebut terjadi dikarenakan pada titik tertentu akan timbul adanya aktivitas agresivitas pajak (Budiharjo dan Risandy, 2021).

Adapun respon yang diberikan pemerintah terhadap terjadinya pandemi covid 19 di tahun 2019, yakni dengan melalui kebijakan fiskal dalam bentuk PP No. 30 Tahun 2020 tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri yang Berbentuk Perseroan Terbuka. Poin penting dalam Peraturan Pemerintah (PP) tersebut yakni berupa adanya penyesuaian tarif PPh wajib pajak badan dalam negeri menjadi 22% berlaku pada tahun 2020 dan 2021 (Titis, 2020). Sementara itu, adanya bantuan lain yang diberikan pemerintah yakni berupa pemberian insentif pajak berupa PPh Pasal 21, PPh pasal 22 impor, PPh pasal 25, restitusi PPN.

Kebijakan insentif pajak ini pun dilakukan karena pemerintah ingin agar wajib pajak lebih royal lagi untuk melunasi pajaknya. Selain itu, adanya pemberian insentif pajak juga diharapkan dapat meminimalisir dari sikap ketidakpatuhan wajib pajak terhadap membayarkan pajaknya kepada negara (Ida, 2019). Dikarenakan semua ini nantinya akan diakumulasikan untuk kepentingan bersama masyarakat dengan diharapkannya mampu

meningkatkan perkembangan, pembangunan, serta perkonomian di Indonesia.

Namun ternyata tujuan ini tidak sejalan dengan keinginan perusahaan yang dimana masih menganggap bahwa membayar pajak ke negara tidak memberikan keuntungan secara langsung bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, upaya insentif pajak ini tidak kalah pentingnya diduga menjadi salah celah bagi perusahaan untuk melakukan adanya tindakan ataupun aktivitas yang dapat meminimalkan beban pajak atau yang bisa kita sebut dengan sebutan agresivitas pajak.

Hasil dari Hidayat et al. (2018) serta Rombe et al. (2017) sama-sama memiliki hasil yang serupa yakni diungkapkannya jika insentif memiliki pengaruh positif terhadap adanya tindakan agresivitas pajak. Keduanya sama-sama menjelaskan alasannya karena perhitungan insentif pajak dapat mempengaruhi total beban pajak yang akan ditanggung.

Berdasarkan penjabaran hasil dari penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang yakni diperoleh adanya kesenjangan penelitian (*research gap*). Dengan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) tersebut maka dilakukannya kembali pengujian dengan adanya nilai kebaruaran (*novelty*) yang mengangkat judul penelitian **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Insentif Pajak Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2019 – 2021”**. Peneliti selaku penulis

mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyono & Kristiana (2019) serta peneliti milik Iqbal & Nastiti (2022).

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Nurcahyono & Kristiana (2019) yakni terletak pada variabel *leverage* serta ukuran usaha yang semula digunakan sebagai variabel kontrol menjadi variabel independen, selain itu penggunaan teori yang berbeda dari teori stakeholder menjadi Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), teori legitimasi, dan teori kekuasaan politik serta penyajian data menggunakan yang terbaru yakni realisasi dan target penerimaan pajak pada 5 tahun terakhir. Lalu perbedaan dengan penelitian yang diteliti oleh Iqbal & Nastiti (2022) yakni terletak pada variabel independen yang mulanya terdiri dari *leverage* dan ukuran perusahaan menjadi bertambah dua variabel lain yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan insentif pajak, selain itu perbedaannya terletak pada jenis perusahaan yang diteliti yakni perusahaan plastik dan kemasan menjadi perusahaan pertambangan.

Adapun perbedaan peneliti yang diteliti oleh Kim et al. (2020) terletak pada definisi operasional variabel dependen yakni agresivitas pajak yang mulanya menggunakan *Total Taxes Value Added* (TTVA) disesuaikan untuk memenuhi karakteristik khusus dari konteks pajak di negara Brazil menjadi menggunakan definisi *Effective Tax Rate* (ETR) yang sesuai dengan karakteristik di Indonesia yakni total beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak. Serta adanya penambahan pada variabel independen yakni insentif pajak.

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan?
2. Apakah *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan?
3. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pada perusahaan sektor pertambangan?
4. Apakah insentif pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan?

## 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara insentif pajak terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Kontribusi Teoritis**

Adapun manfaat yang akan didapatkan secara teoritis yakni mampu menambahkan pengetahuan terkait potensi yang mempengaruhi terjadinya aktivitas agresivitas pajak tidak hanya bagi peneliti namun juga bermanfaat baik bagi pemegang saham, investor, dan masyarakat.

### **1.4.2. Kontribusi Praktis**

#### **1. Bagi investor dan kreditur**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi investor dan kreditur sebelum memberikan kepercayaan untuk menanamkan modalnya maupun memberi pinjaman pada perusahaan dengan menggali informasi terkait adanya kemungkinan aktivitas agresivitas pajak. Selain itu, dengan adanya wawasan tersebut diharapkan bagi investor maupun kreditur agar lebih bijak dalam pengambilan keputusan.

#### **2. Bagi manajemen perusahaan**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat membuat manajemen perusahaan agar lebih bersikap hati-hati dalam melakukan segala tindakan aktivitas operasional yang dapat memberikan citra yang buruk bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan memiliki citra yang buruk, maka

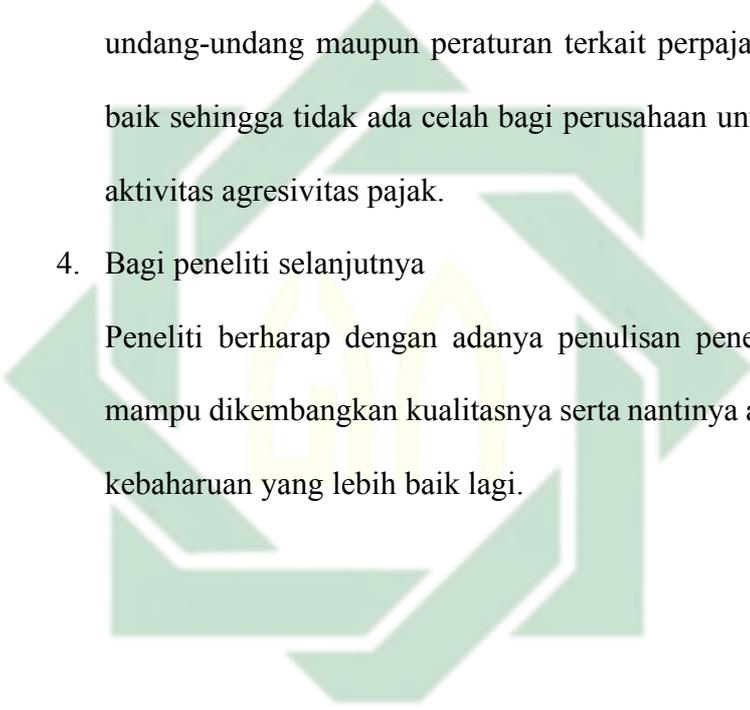
akan berpengaruh juga terhadap keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

3. Bagi pemerintah

Hasil serta kesimpulan dari penelitian ini nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan kedepannya dalam menyusun undang-undang maupun peraturan terkait perpajakan agar lebih baik sehingga tidak ada celah bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas agresivitas pajak.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap dengan adanya penulisan penelitian ini agar mampu dikembangkan kualitasnya serta nantinya akan selalu ada kebaruaran yang lebih baik lagi.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)**

Ajzen (1991) mengungkapkan teori perilaku terencana yakni penjelasan mengenai tindakan yang didasari dan disebabkan oleh niat seseorang. Teori ini dapat menjelaskan bagaimana seharusnya wajib pajak bertindak untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Dalam teori ini menjabarkan bahwasanya diawali dari seseorang yang memiliki keyakinan terhadap hasil yang didapat atas perilaku yang sudah terjadi. Dalam penelitian ini, apabila wajib pajak memiliki keyakinan yang positif serta bisa mendapatkan keuntungan dari tindakan yang dilakukan, maka wajib pajak tersebut cenderung agresif untuk melakukan agresivitas pajak.

Penelitian ini menggunakan penerapan teori perilaku terencana (*theory of behavior*) pada salah variabel indenpenden yakni *leverage* yang memiliki keterhubungan dengan variabel dependen yaitu agresivitas pajak. Menurut Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi seseorang maupun kelompok untuk melakukan tindakan agresivitas pajak, yakni sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*).

### 1. Sikap (*attitude*)

Ajzen (1991) mengungkapkan bahwa seseorang memiliki sikap yang dapat diartikan sebagai bentuk perasaan terhadap situasi maupun perilaku yang terjadi. Perasaan ini sendiri terbagi menjadi 2 kriteria yakni pertama, perasaan positif yang dimana adanya sikap mendukung atau memihak (*favorable*) terhadap suatu perilaku. Kedua, yang dimana seseorang memiliki perasaan negatif atau sikap yang tidak memihak maupun tidak mendukung (*unfavorable*) terhadap suatu perilaku (Saputri & Kiswara, 2019). Pandang atas perilaku diyakini mempunyai dampak langsung terhadap kehendak atau berperilaku yang kemudian diafiliasikan dengan norma subjektif dan perilaku persepsian (Seni & Ratnadi, 2017).

Dalam penelitian ini, jika seseorang ataupun individu memiliki sikap positif yang tinggi muncul karena beranggapan tindakan yang dilakukan dapat menguntungkannya, maka seseorang ataupun individu tersebut berpeluang untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Begitupun sebaliknya, jika seseorang memiliki keyakinan atau niat negatif terhadap agresivitas pajak yang menganggap bahwa tindakan tersebut akan memberikan kerugian, maka adanya praktik agresivitas pajak secara ilegal juga akan rendah. Contoh sikap yang dipaparkan dalam penelitian ini terkait adanya keterhubungan *leverage* dengan agresivitas pajak

yakni jika seseorang atau manajemen memiliki sikap positif terhadap perilaku seperti memanipulasi laporan keuangan dengan cara memperbesar nilai *leverage* atau hutang jangka panjang yang dimana nantinya akan mengakibatkan beban bunga dari hutang tersebut juga meningkat. Jika beban bunga dari hutang meningkat maka beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan berkurang. Hal ini dapat mengakibatkan perusahaan cenderung melakukan aktivitas agresivitas pajak.

## 2. Norma Subjektif (*subjective norm*)

Ajzen (2005) menjabarkan bahwasanya norma subjektif adalah pengaruh yang melibatkan desakan sosial dalam terbentuknya suatu perilaku pada sebuah organisasi atau perkumpulan atas dasar kepercayaan (*belief*) dari istilah *normative belief*. *Normative belief* adalah bentuk sikap kewajaran yang ditimbulkan dari lingkungan dimana individu bahkan kelompok itu berada. Kewajaran ini merupakan sikap atau rasa yang nantinya akan mempengaruhi terbentuknya suatu perilaku dalam sisi yang positif maupun negatif (Seni & Ratnadi, 2017).

Dalam penelitian ini, jika seseorang ataupun individu didukung oleh orang-orang disekitarnya untuk melakukan tindakan agresivitas pajak secara ilegal dan menganggap itu sebagai tindakan yang normal untuk dilakukan maka niat atau keyakinan seseorang untuk terlibat dalam pelanggaran pun akan sangat

berpeluang besar terjadi. Begitupun sebaliknya, tindakan agresivitas pajak akan sangat berpeluang kecil terjadi jika lingkungan pada seseorang tersebut memberikan kesepahaman yang tidak mendukung bahwasanya aktivitas agresitas pajak itu merupakan aktivitas yang legal atau lumrah untuk dilakukan. Adapun contoh dalam penelitian ini yakni seseorang yang dimana manajemennya tidak mendukung untuk melakukan aktivitas yang meminimalkan beban pajak perusahaan, maka tidak akan ada tindakan agresivitas pajak.

### 3. Kontrol Perilaku Persepsian (*perceived behavior control*)

Hogh dan Vaughan (2005) mengungkapkan kontrol perilaku persepsian yakni sebagai pengendalian diri seseorang atas keyakinan yang terbentuk untuk suatu perilaku baik secara kompleks maupun sederhana (Seni & Ratnadi, 2017). Jadi kontrol perilaku seseorang akan dirasakan sulit atau mudahnya didasarkan oleh sikap yang positif untuk melakukan tindakan agresivitas pajak serta norma pada lingkungan yang memberikan kesepahaman dengan mewajarkan bahwasanya tindakan meminimalkan beban pajak adalah aktivitas yang normal dilakukan.

Dapat ditarik kesimpulan bahwasanya dalam penelitian ini, seseorang akan cenderung lebih mudah melakukan tindakan agresivitas pajak secara ilegal apabila sikap positif atau keyakinan

tinggi akan suatu perilaku serta mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar untuk terlibat dalam tindakan tersebut.

### **2.1.2. Teori Legitimasi**

Teori Legitimasi menurut Suchman (1995) mengungkapkan dimana semua aktivitas yang dilakukan perusahaan sesuai dengan nilai, norma, serta batasan-batasan yang sudah ditetapkan secara sosial dalam lingkungan masyarakat. Oleh karena itu perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dengan kata lain yakni terus mencoba membangun hubungan secara sosial maupun politik demi keberlangsung aktivitas dari perusahaan itu sendiri. Hal ini serupa dengan perumpamaan bahwa perusahaan akan terus menarik simpatik masyarakat dengan cara bertanggung jawab penuh terhadap lingkungan maupun sosial dimana perusahaan tersebut beroperasi. Selain itu, teori legitimasi juga menjelaskan bahwa perusahaan bisa menjalankan usahanya jika turut langsung peduli dengan permasalahan ekonomi hingga sosial yang terjadi di masyarakat.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini variabel independen yang relevan dengan penjabaran definisi dari teori legitimasi yakni pengungkapan pada *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktivitas CSR sendiri sangat memberikan dampak positif tidak hanya bagi masyarakat namun juga dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan. Citra yang baik sangat diperlukan bagi keberlangsungan

hidup perusahaan itu sendiri. Hal ini pun diperkuat dengan argumen yang dikeluarkan oleh Dowling dan Prefer (1975) menjelaskan bahwa perusahaan bisa mendapatkan dukungan legitimasi dengan 2 aspek yakni, yang pertama adalah aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan harus sesuai dengan nilai serta norma di masyarakat. Kedua, yakni ialah pelaporan dari aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan juga harus mencerminkan nilai sosial (Prasista & Ery, 2016). Oleh karena itu, pada penelitian ini variabel CSR sangat memiliki keterkaitan dengan variabel agresivitas pajak. Dikarenakan jika perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak secara ilegal, maka pelaporan yang diungkapkan perusahaan dari aktivitas yang berlangsung pun tidak akan mencerminkan nilai sosial.

### **2.1.3. Teori Kekuasaan Politik**

Siefgried (1972) mengungkapkan bahwa teori kekuasaan politik adalah kemampuan individu maupun kelompok yang memiliki kekuasaan untuk mengatur semua keinginannya agar dijadikan tujuan pencapaian bagi orang yang berada dibawahnya salah satunya dengan cara memanfaatkan adanya kelmahan dari peraturan politik itu sendiri. Teori kekuasaan politik disini diasumsikan dengan variabel ukuran perusahaan dan insentif pajak. Perlu diketahui bahwa dalam asumsi teori ini, adanya jenis dari kekuasaan dalam sebuah perusahaan yakni kekuasaan eksekutif.

Kekuasaan eksekutif ialah peran atau jabatan yang diemban oleh petinggi yang ada didalam sebuah perusahaan yang bertugas untuk menjalankan segala sesuatu aktivitas operasi perusahaan tersebut. Hal ini jika dihubungkan dengan salah satu variabel yakni besar kecilnya ukuran perusahaan akan memiliki suatu pengaruh yang berbeda dalam memberikan arahan terkait aktivitas operasional pada perusahaan. Maksudnya adalah jika semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak pula sumber daya manusia yang terlibat untuk diberikannya arahan dalam melakukan aktivitas-aktivitas ilegal yang tujuannya tidak lain adalah meraih keuntungan perusahaan dengan salah cara yakni berupaya meminimalisir beban pajaknya (Susanto et al., 2018).

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan memiliki peluang besar untuk merencanakan praktik akuntansi dengan cara menurunkan *Effective Tax Rate* (ETR) perusahaan. Serta adapun dengan cara lain yakni menggunakan kelemahan politik yang terdapat dalam UU dan peraturan pajak seperti adanya insentif pajak untuk memberikan peluang kemungkinan terjadinya aktivitas agresivitas pajak.

#### **2.1.4. Agresivitas Pajak**

Adapun tujuan utama pemerintah dengan perusahaan memiliki makna yang sangat berbanding terbalik. Untuk tujuan utama pemerintah sendiri yakni, pajak merupakan salah satu pendapatan

terbesar untuk keberlangsungan perkembangan pada perekonomian serta pembangunan yang ada di Indonesia. Sedangkan, di sisi perusahaan, membayarkan pajak ke pemerintah dapat menurunkan pendapatan laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan. Serta tidak sedikit perusahaan

Indonesia khususnya sektor pertambangan masih berpikir penarikan pajak merupakan salah kegiatan yang tidak dapat dirasakan keuntungannya secara langsung bagi perusahaan. Oleh karena itu timbulah aktivitas agresivitas pajak yang menjadi celah perusahaan untuk menimalkan beban pajak hingga menghindar untuk membayarkan pajaknya kepada negara. Agresivitas pajak merupakan suatu aktivitas mengurangi laba bersih yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung. Adapun tindakan agresivitas digolongkan menjadi dua jenis yaitu secara legal dengan melakukan penghindaran pajak (*tax avoidanve*) ataupun secara ilegal dengan cara penggelapan pajak (*tax evasion*) (Prasista & Ery, 2016).

Menurut Frank et.al. (2009) pengukuran dalam agresivitas pajak dapat dilakukan dengan empat jenis cara yakni berupa: pertama dengan perhitungan ETR atau kepanjangan dari *Effective Tax Rate*, kedua yakni dengan perhitungan BTD yang memiliki arti *Book Tax Difference*, ketiga yakni dengan pengukuran *Residual Tax Difference* (RTC), dan yang terakhir dapat diukur dengan menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR). Dalam penelitian ini, alat ukur untuk

agresivitas pajak yakni menggunakan Effective Tax Rate (ETR) karena berdasarkan beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan perusahaan cenderung melakukan aktivitas agresivitas pajak secara agresif jika nilai ETR pada perusahaan tergolong rendah. Begitu pula sebaliknya, jika nilai ETR perusahaan tergolong tinggi maka hal tersebut dapat meminimalisir terjadinya aktivitas pada agresivitas pajak.

#### **2.1.5. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Dalam Undang-Undang Perseoran Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 diungkapkan bahwasanya perusahaan ataupun perseoran merupakan salah satu bentuk badan di Indonesia yang diwajibkan untuk berperan serta dalam komitmen yang menyatakan kepedulian terhadap lingkungan sekitar dengan cara bertanggung jawab secara sosial guna mencapai tujuan negara yakni meningkatkan pembangunan serta perekonomian yang ada di Indonesia (Madarina & Ardiyanto, 2019). Berdasarkan penjelasan dari undang-undang tersebut dapat disimpulkan bahwasanya adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan adalah satu wujud pertanggung jawaban yang bisa dilakukan tidak hanya untuk keberlangsungan perkembangan pada pembangunan dan perekonomian tetapi juga sebagai perbaikan atas dampak dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan khususnya pada sektor pertambangan. Dikarenakan seperti yang

diketahui bahwa sektor pertambangan memiliki aktivitas eksploitasi yang cukup besar terhadap bumi. Bisa dikatakan juga cara perusahaan untuk peduli dan bertanggung jawab dengan lingkungan maupun masyarakat yakni dengan adanya pengungkapan pada CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Pengukuran pengungkapan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada penelitian ini yakni diukur dengan *Global Reporting Initiative* GRI 4. GRI 4 sendiri adalah pengukuran yang dilakukan dengan cara membandingkan antara jumlah pengungkapan CSR di *annual report* perusahaan dengan tabel indikator GRI 4. Pengukuran GRI 4 ini memiliki 91 indikator yang terdiri dari 9 indikator untuk jenis ekonomi, 34 indikator untuk jenis lingkungan, dan 48 indikator untuk jenis sosial (Kurniawati & Hafni, 2022). Tujuan dari pengukuran dengan menggunakan tabel GRI 4 yakni guna menghasilkan informasi yang andal dan relevan dalam menilai risiko, peluang, serta pengambilan keputusan yang tepat terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

#### **2.1.6. Leverage**

*Leverage* merupakan rasio hutang yang dimiliki perusahaan dalam jangka Panjang. Jika berbicara mengenai hutang, maka hutang tidak akan pernah luput dari bunga. Maksudnya ialah jika sebuah

perusahaan tercatat memiliki hutang yang relatif tinggi, maka bunga yang dikenakan pun juga ikut tinggi.

Hal tersebut dapat bermakna ganda yakni disatu posisi dapat memberikan pengaruh yang negatif seperti memberikan tantangan perusahaan kedepannya karena jika hutang yang dimiliki tergolong tinggi, maka kondisi keuangan perusahaan juga cenderung tidak baik atau memburuk. Disisi lainnya hal tersebut biasanya cenderung dijadikan celah bagi perusahaan untuk meminimalkan pajaknya. Cara perusahaan inilah yang diduga dapat meningkatkan tindakan ataupun aktivitas agresivitas pajak meningkat.

#### **2.1.7. Ukuran Perusahaan**

Pada hakikatnya, ukuran perusahaan (*size*) memberikan arti mengenai gambaran total aset ataupun total harta yang dimiliki perusahaan akan berpengaruh juga pada bentuk ukurannya.

Maksudnya ialah semakin banyak total aset ataupun harta yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan apabila semakin besar ukuran perusahaannya maka aset yang dimiliki perusahaan tersebut juga akan meningkat. Hal tersebut mengakibatkan biaya penyusutan yang ditanggung pada sepanjang perjalanan operasionalnya pun pastinya juga akan semakin tinggi. Jika biaya penyusutan yang ditanggung perusahaan meningkat, maka hal ini juga akan mempengaruhi

berkurangnya laba bersih yang diterima. Adanya penurunan laba bersih inilah yang mengakibatkan beban pajak yang ditanggung perusahaan nantinya juga akan berkurang.

Pernyataan ini diperkuat dengan teori politik yang menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaannya, maka perilaku organisasi didalamnya juga semakin tinggi. Maksudnya, jika perilaku organisasi didalamnya cenderung tinggi maka pengalaman pada aktivitas menjalankan operasional perusahaan pun tidak akan diragukan lagi. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan dianggap menjadi salah satu upaya bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas ataupun kegiatan yang dianggap mampu meminimalisir beban pajak yang ditanggung perusahaan dengan cukup lihai.

#### **2.1.8. Insentif Pajak**

Insentif pajak merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia kepada wajib pajak untuk memberikan kemudahan pembayaran pajak dengan tujuan dapat meningkatkan kemajuan nasional dalam berinvestasi. Selain itu adanya insentif pajak ini membuat pemerintah sangat mengupayakan agar perusahaan tidak lagi merasa terbebani untuk membayarkan pajaknya dan dapat mengurangi meningkatnya tindakan agresivitas pajak. Dengan adanya keringanan pada sistem insentif pajak, maka hal ini dijadikan kesempatan bagi beberapa perusahaan untuk melakukan kegiatan atau

tindakan agresitas pajak. Dikarenakan perusahaan yang mendapatkan insentif pajak maka beban pajaknya relatif lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mendapatkan insentif pajak sama sekali. Hal ini sesuai dengan pengungkapan data yang ada, bahwa adanya dugaan terjadinya peningkatan aktivitas agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan khususnya sektor pertambangan pada saat pandemi covid-19. Sehingga mengakibatkan penerimaan pajak pada negara di tahun 2020 juga mengalami penurunan drastis (Fa'iq dan Sartika, 2021).

Hubungan insentif pajak dengan penentuan tarif beban pajak yang ditanggung perusahaan memiliki keterkaitan yang besar. Dikarenakan tarif pajak yang dikenakan oleh sebuah perusahaan yakni didasari oleh perhitungan insentif pajak yang diproyeksi dari perencanaan pajak. Adapun insentif pajak yang diberikan pemerintah di sepanjang tahun 2020 kepada wajib pajak dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yakni PPh Pasal 21, PPh pasal 22 impor, PPh pasal 25, restitusi PPN atau bisa disebut dengan Pajak Pertambahan Nilai (Stiawan et al., 2022)

Adapun dalam pembicaraan secara *teleconference* yang diungkapkan oleh Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan yakni mengungkapkan bahwa pemberian insentif pajak akan diberikan kepada 18 sektor usaha dan 749 KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia). 18 sektor usaha tersebut salah satunya yakni pada

sektor pertambangan dan penggalian 27 KBLI (Kurniati, 2020). Selain itu berikut dibawah ini merupakan klasifikasi terhadap pemberian insentif pajak menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK/3 Tahun 2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 :

a. Insentif PPh Pasal 21

Karyawan telah memiliki NPWP dan pada Masa Pajak yang bersangkutan menerima atau memperoleh Penghasilan Bruto yang bersifat tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari Rp 200.000.000,00 yang bekerja pada perusahaan berikut ini: memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha sebagaimana tercantum dalam Lampiran huruf A yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini: telah ditetapkan sebagai Perusahaan KITE, telah mendapatkan izin Penyelenggara Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat, atau izin PD KB.

b. Insentif PPh Pasal 22 Impor

PPh Pasal 22 Impor dibebaskan dari pemungutan kepada Wajib Pajak yang: memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha sebagaimana tercantum dalam Lampiran huruf H peraturan Nomor 86/PMK.03/2020, telah ditetapkan sebagai Perusahaan KITE, telah mendapatkan izin Penyelenggara Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat, atau izin PDKB, pada saat

pengeluaran barang dari Kawasan Berikat ke Tempat Lain Dalam Daerah Pabean.

c. Insentif PPh Pasal 25

Pengurangan besarnya angsuran PPh Pasal 25 sebesar 30% (tiga puluh persen) dari angsuran PPh Pasal 25 yang seharusnya terutang bagi Wajib Pajak yang: memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha sebagaimana tercantum dalam Lampiran huruf M PMK Nomor 86/PMK.03/2020, telah ditetapkan sebagai Perusahaan KITE, telah mendapatkan izin Penyelenggara Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat, atau izin PDKB.

d. Insentif PPN

Pengusaha Kena Pajak (PKP) dapat diberikan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak sebagai PKP berisiko rendah dengan syarat PKP harus menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai lebih bayar restitusi dengan jumlah lebih bayar paling banyak Rp5.000.000.000,00 dan merupakan PKP yang: memiliki Klasifikasi Lapangan Usaha sebagaimana tercantum dalam Lampiran huruf P PMK Nomor 86/PMK.03/2020 telah ditetapkan sebagai Perusahaan KITE, telah mendapatkan izin Penyelenggara Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat, atau izin PDKB (Anonim, 2020).

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Perbedaan Peneliti Terdahulu Dalam Jurnal Nasional dan Internasional

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
1.	(Madarina & Ardiyanto, 2019) <b>Judul:</b> Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel independen: CSR dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial. Variabel dependen: Agresivitas pajak menggunakan perhitungan ETR 1 & ETR 2	Sampel yakni pada perusahaan non keuangan. Metode analisis yang digunakan yakni uji regresi linear berganda.	CSR dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak ETR1 & ETR2. CSR dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak ETR2 dan berpengaruh negative signifikan pada ETR1. CSR dimensi lingkungan berpengaruh negative signifikan terhadap agresivitas pajak.	<b>Kesamaan:</b> Meneliti salah satu variabel dependen yang sama yakni CSR. <b>Perbedaan:</b> Meneliti jenis perusahaan yang berbeda, adanya penambahan dari variabel independen yakni <i>leverage</i> , <i>ukuran perusahaan</i> , dan insentif pajak.
2.	(Muljadi & Hastuti, 2022) <b>Judul:</b> Tax Amnesty, <i>Corporate Social</i>	Variabel independen: Tax Amnesty, <i>Corporate Social Responsibility</i> ,	Sampel yakni pada perusahaan non keuangan.	Tax amnesty dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak	<b>Kesamaan:</b> Meneliti salah satu variabel independen (CSR) dan

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
	<i>Responsibility, Good Governance</i> Terhadap Penghindaran Pajak	<i>Good Corporate Governance.</i> Variabel dependen: Penghindaran Pajak	Menggunakan metode analisis regresi liner berganda.	GCG dengan komisaris independent dan komite audit berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak	dependen yang sama. <b>Perbedaan:</b> Meneliti salah satu variabel independen yang berbeda yakni <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> , selain itu jenis perusahaan dan periode yang berbeda. Serta, variabel kontrol yang diubah menjadi variabel independen yakni <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan.
3.	(Iqbal & Nastiti, 2022) <b>Judul:</b> Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap	Variabel independen: <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Sampel pada perusahaan plastik kemasan. Menggunakan metode analisis regresi linier berganda.	<i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak	<b>Kesamaan:</b> Meneliti variabel independen yakni <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan serta variabel dependen yang sama. <b>Perbedaan:</b>

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
	Agresivitas Pajak (Studi Empiris Perusahaan Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020)	Variabel dependen: Agresivitas pajak			Meneliti jenis perusahaan yang berbeda yakni sektor pertambangan serta adanya penambahan variabel independen yang berbeda yakni CSR dan insentif pajak.
4.	(Nurchayono & Kristiana, 2019) <b>Judul:</b> Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan	Variabel independen: CSR Variabel dependen: Agresivitas pajak	Penelitian ini berfokus pada perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017. Metode analisis yang digunakan yakni model regresi linear berganda.	CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak	<b>Kesamaan:</b> Meneliti jenis perusahaan yang sama yakni pertambangan. <b>Perbedaan:</b> Meneliti variabel kontrol menjadi independen yakni leverage dan ukuran perusahaan, selain itu adanya penambahan variabel independen yakni insentif pajak. Serta penggunaan

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
					dasar teori yang berbeda yakni <i>Theory of Planned Behavior</i> .
5.	(Ambarjati et al., 2021) <b>Judul:</b> Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018	Variabel independen: Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, dan CSR. Variabel dependen: Agresivitas Pajak	Menggunakan jenis perusahaan manufaktur Metode analisis yang digunakan yakni regresi linear berganda.	Pertumbuhan Penjualan dan Intensitas Modal berpengaruh negative signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.	<b>Kesamaan:</b> Sama-sama meneliti variabel dependen yakni agresivitas pajak. <b>Perbedaan:</b> Adanya perbedaan pada variabel independen yakni leverage, ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Selain itu penggunaan dasar teori yang berbeda.
6.	(Yuliana & Wahyudi, 2018) <b>Judul:</b> Likuiditas, Profitabilitas,	Variabel independen: Pertumbuhan Likuiditas, Profitabilitas,	Sampel yang digunakan yakni perusahaan sektor manufaktur pada tahun 2013-2017.	Likuiditas, ukuran perusahaan, intensitas modal berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas	<b>Kesamaan:</b> Meneliti variabel dependen yang sama yakni agresivitas pajak.

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
	Leverage, Ukuran Perusahaan, <i>Capital Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2013-2017)	Leverage, Ukuran Perusahaan, <i>Capital Intensity</i> dependen: Agresivitas Pajak	Metode analisis yang digunakan yakni regresi linier berganda.	pajak. Sedangkan profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.	<b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen CSR, sektor perusahaan yang berbeda yakni pertambangan. Serta penggunaan teori yang berbeda yakni <i>Theorf of Planned Behavior</i>
7.	(Kiswara, 2019) <b>Judul:</b> Pengaruh Tanggung Jawab Sosial, Dimensi-Dimensinya, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel independen: Tanggung Jawab Sosial, dimensi-dimensinya, dan Leverage. Variabel dependen: Agresivitas pajak	Sampel yang digunakan yani semua perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2017. Metode analisis yang digunakan yakni regresi linear berganda.	Tanggung jawab sosial dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak	<b>Kesamaan:</b> Meneliti variabel dependen yang sama yakni agresivitas pajak. Serta variabel independent yang sama yakni CSR dan <i>leverage</i> <b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen yakni insentif pajak,

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
					serta hanya menggunakan data dari perusahaan sektor pertambangan.
8.	(Hidayat et al., 2018) <b>Judul:</b> Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Insentif Pajak Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei)	Variabel independen: CSR. Variabel dependen: Agresivitas pajak Variabel moderasi: Insentif pajak	Sampel yang digunakan yakni perusahaan sektor pertambangan. Metode analisis yang digunakan yakni <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak dengan memiliki hubungan yakni CSR.	<b>Kesamaan:</b> Sama-sama menggunakan variabel independen, dependen, serta sampel. <b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen yakni <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Serta menggunakan metode analisis yang berbeda yakni regresi linier berganda.

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
9.	(Rombe et al., 2017) <b>Judul:</b> Analisis Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2015)	Variabel independen: insentif pajak. Variabel dependen: Penghindaran	Sampel yang digunakan yakni perusahaan sektor manufaktur. Metode analisis yang digunakan yakni regresi linear berganda.	Insentif pajak berpengaruh positif dengan menggunakan GAAP ETR	<b>Kesamaan:</b> Menggunakan salah satu variabel independent yang sama yakni insentif pajak. <b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen yakni CSR, leverage, dan ukuran perusahaan variabel independen. Menggunakan sektor perusahaan yang berbeda yakni pertambangan. Serta menggunakan dasar teori yang berbeda yakni <i>Theory of Planned Behavior</i> .

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
10.	(Kim et al., 2020) <b>Judul:</b> <i>Corporate Social Responsibility As A determinant of Tax Aggressivity</i>	Variabel independen: CSR Variabel dependen: Agresivitas Pajak	Sampel akhir terdiri dari perusahaan Brasil yang terdaftar di bursa saham B3 dari 2010 hingga 2017. Model regresi linier berganda.	CSR berhubungan negatif signifikan dengan agresivitas pajak	<b>Kesamaan:</b> Salah satu variabel independen yakni CSR dan variabel dependen. <b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen yakni <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan intensif pajak. Sampel yang berbeda yakni sektor pertambangan di BEI. Dasar teori yang berbeda.
11.	(Montenegro, 2021) <b>Judul:</b> <i>Tax Evasion, Corporate Social Responsibility And National Governance: A</i>	Variabel independen: CSR. Variabel dependen: Tax Evasion	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini mencakup 25 negara OECD untuk periode antara 2004 dan 2010. Model regresi linier berganda.	Temuan menunjukkan bahwa baik dimensi ESG maupun ukuran CSR secara keseluruhan bukanlah penentu yang signifikan dari	<b>Kesamaan:</b> Salah satu variabel independen yakni CSR. <b>Perbedaan:</b> Adanya penambahan variabel independen

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
	<i>Country Level Study</i>			penghindaran pajak di tingkat negara.	yakni <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan intensif pajak. Sampel yang berbeda yakni sektor pertambangan di BEI. Dasar teori yang berbeda.
12.	(Mangoting et al., 2022) <b>Judul:</b> <i>Ownership Structure, Tax Risk, and Tax Avoidance in Indonesia Manufacturing Companies 2016-2020</i>	Variabel independen: Struktur Kepemilikan dan Keluarga pemegang saham. Variabel dependen: Risiko Pajak dan Penghindaran Pajak.	Sampel yang digunakan yakni perusahaan sektor manufaktur (2016-2020) Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi gabungan atau Ordinary Least Analisis persegi (OLS)	Kepemilikan keluarga dapat memperkuat hubungan antara risiko pajak dan penghindaran pajak, sedangkan kepemilikan institusional gagal menjadi moderat. Pemegang saham keluarga secara signifikan mempengaruhi manajemen perusahaan ketika memilih bagaimana memanfaatkan risiko	<b>Kesamaan:</b> Sama-sama meneliti salah satu variabel dependen yang sama yakni penghindaran pajak. <b>Perbedaan:</b> Variabel independen yakni CSR, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Serta dasar teori yang berbeda. Sektor perusahaan yang berbeda yakni pertambangan.

No.	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Metode Analisis	Hasil Penelitian	Kesamaan dan Perbedaan
				pajak yang terkait dengan setiap strategi bisnis.	
13.	(Yusuf et al., 2022) <b>Judul:</b> <i>Effect of Profitability, Leverage and Capital Intensity on Tax Aggressiveness Moderated Market Performance</i>	Variabel independen: <i>Profitability, leverage, dan capital intensity.</i> Variabel dependen: <i>Tax aggressiveness</i>	Populasi dalam penelitian ini yakni perusahaan sektor Real Estate. Metode yang digunakan regresi linier berganda	Profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan intensitas modal berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.	<b>Kesamaan:</b> Sama-sama meneliti dependen yang sama yakni agresivitas pajak. <b>Perbedaan:</b> Variabel independen yakni CSR, ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Serta dasar teori yang berbeda. Sektor perusahaan yang berbeda yakni pertambangan.

## 2.3. Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1. Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Agresivitas Pajak

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan tidak hanya untuk lingkungan sosial akan tetapi juga sebagai bentuk partisipasi perusahaan kepada pemerintah untuk memajukan serta meningkatkan pembangunan, perekonomian negara. Dengan adanya jalinan kerjasama ini maka nantinya akan mempengaruhi keberlangsungan jalannya aktivitas operasional perusahaan tersebut dapat menarik simpatik tidak hanya dari segi investor maupun pemegang saham, namun juga dari masyarakat. Oleh karena itu, banyak perusahaan di Indonesia berbondong-bondong mengungkapkan CSR nya seapik dan semenarik mungkin di pelaporan tahunannya. Tidak terkecuali bagi perusahaan sektor pertambangan yang juga mengungkapkan dan menerapkan aktivitas CSR. Pengungkapan CSR inilah yang dijadikan celah bagi perusahaan dalam melakukan tindakan agresivitas pajak.

Adapun penjelasan tersebut didukung oleh teori legitimasi menurut Suchman (1995) yang dimana adanya *legitimacy gap*. *legitimacy gap* dimaknai bahwa transparansi dan keterbukaan atas aktivitas-aktivitas yang dijalankan perusahaan ditujukan sebagai alat untuk menutupi adanya perilaku dalam meminimalkan beban pajaknya atau melakukan tindakan agresivitas pajak.

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Madarina dan Ardiyanto pada tahun 2019, mengungkapkan bahwa untuk CSR dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini mengungkapkan semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dibidang ekonomi maka semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan akan menjadi agresif terhadap pajaknya. Sedangkan untuk CSR dimensi lingkungan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya pengaruh CSR dibidang lingkungan terhadap agresivitas pajak.

Terakhir untuk CSR dimensi sosial berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas jika menggunakan proksi ETR1. Sebaliknya CSR dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak jika menggunakan proksi ETR2. Dalam penelitian ini semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dibidang sosialnya, maka semakin kecil pula kemungkinan perusahaan akan menjadi agresif terhadap pajaknya. Sebaliknya, jika semakin kurangnya perusahaan mengungkapkan CSR dimensi sosialnya maka semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak.

Adapun penelitian terdahulu lainnya yang diteliti oleh Nurcahyono dan Kristiana pada tahun 2019, mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh apapun yang menghubungkan pengungkapan CSR

dengan agresivitas pajak. Justru dalam hasil penelitiannya diungkapkan bahwa adanya pengungkapan nilai CSR yang tinggi lebih bisa mengurangi adanya aktivitas agresivitas pajak dikarenakan tingginya rasa kepedulian dapat tercerminkan.

Lain halnya dengan hasil penjelasan dari Ambarjati pada tahun 2021, mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan yang diberikan oleh adanya pengungkapan CSR terhadap maraknya aktivitas agresivitas pajak. Selain itu hasil penelitian yang diungkapkan oleh Sari dan Prihandini pada tahun 2019, mengungkapkan pengaruh CSR memiliki tiga karakteristik yang berbeda terhadap agresivitas pajak. Maksudnya yakni jika CSR berdimensi ekonomi maka hasil yang didapatkan adalah berpengaruh positif signifikan.

CSR yang berdimensi sosial serta lingkungan akan menghasilkan pengaruh yang negatif signifikan. Adapun penjelasannya dikarenakan yang pertama jika semakin tinggi perusahaan mengungkapkan nilai CSR pada dimensi ekonomi, maka nilai ETR pada perusahaan juga akan meningkat pula. Justru hal tersebut menyebabkan aktivitas agresivitas pajak akan semakin agresif. Kedua, diduga makin baik dan tinggi pengungkapan CSR pada dimensi sosial serta lingkungan maka akan mengakibatkan perusahaan lebih pasif terhadap aktivitas agresivitas pajaknya.

Berdasarkan penjelasan singkat dari hasil penelitian dari peneliti terdahulu yakni dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa masih tidak adanya konsistensi apakah *Corporate Social Responsibility* dapat berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian maka diajukannya pemberian hipotesis yakni berupa:

**H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.**

### **2.3.2. Hubungan *Leverage* dengan Agresivitas Pajak**

*Leverage* ialah kemampuan pemenuhan atas kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek yang dilakukan perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kiswara pada tahun 2019 mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa keterlibatan agresifnya pada perusahaan sebagian besar dipengaruhi oleh tingginya nilai *leverage*. Hasil berbeda yang diungkapkan oleh Yusut, et al (2022) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh yang cukup untuk menghubungkan timbulnya aktivitas agresivitas pajak dengan nilai *leverage*. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa jika *leverage* perusahaan mengalami peningkatan maka tidak dapat mempengaruhi nilai agresivitasnya.

Adapun penjabaran tersebut didukung oleh adanya teori TPB (*Theory Planned of Behavior*) menurut Ajzen (1991) yang dimana

tindakan yang didasari dan disebabkan oleh niat seseorang. Dalam asumsi ini, pengungkapan *leverage* yang tinggi sengaja dibentuk oleh manajemen perusahaan yang berarti adanya niat serta sikap mendukung (*favorable*) terhadap aktivitas tindakan agresivitas pajak dengan kata lain yakni berupaya untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan.

Berdasarkan penjelasan singkat dari hasil penelitian dari peneliti terdahulu yakni dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa masih tidak adanya konsistensi apakah *leverage* dapat mempengaruhi agresifnya aktivitas agresivitas pajak. Dengan demikian maka diajukannya pemberian hipotesis yakni berupa:

**H2: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.**

### 2.3.3. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Agresivitas Pajak

Pemaknaan ukuran perusahaan disepakati dengan berapa banyak total harta, aset, aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini bagi beberapa penelitian dijadikan dugaan atas kesempatan atau upaya yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Hasil penelitian yang dijelaskan Yuliana dan Wahyudi pada tahun 2018 ditunjukkan dengan banyaknya aset mampu memberikan biaya penyusutan yang sama besarnya pula. Maksudnya ialah, jika biaya

penyusutan pada periode tersebut tinggi, maka laba perusahaan juga akan ikut menurun. Rendahnya laba tersebut, diduga dapat membuat perusahaan semakin agresif terhadap adanya aktivitas agresivitas pajak.

Adapun penjabaran yang dilakukan oleh teori kekuasaan politik menurut Siegfried (1972) mengungkapkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin berpengalaman pula sumber daya manusia yang terlibat dapat mengoperasikan aktivitas perusahaan. aktivitas-aktivitas inilah yang nantinya dapat menggunakan celah dari lemahnya proses politik yakni berupa peraturan undang-undang mengenai perpajakan itu sendiri dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Namun hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian oleh Iqbal dan Nastiti pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa agresifnya aktivitas pajak di Indonesia tidak bisa hanya karena dipengaruhi oleh bentuk dari ukuran yang dimiliki perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan singkat dari hasil penelitian dari peneliti terdahulu yakni dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa masih tidak adanya konsistensi apakah ukuran perusahaan dapat berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian maka diajukannya pemberian hipotesis yakni berupa:

**H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.**

#### 2.3.4. Hubungan Insentif Pajak dengan Agresivitas Pajak

Seperti yang sudah kita ketahui insentif pajak ialah salah satu langkah upaya pemerintah untuk dapat meningkatkan pendapatan negara. Dikarenakan lagi-lagi pajak masih menjadi sumber pendapatan terbesar bagi Indonesia. Oleh karena itu dengan adanya insentif pajak, pemerintah memberikan kemudahan ataupun keringanan bagi wajib pajak untuk membayarkan pajaknya. Akan tetapi tetap saja bagi sebagian besar perusahaan, insentif pajak malah dijadikan kesempatan emas untuk dilakukannya agresivitas pajak.

Hal ini diperkuat dengan pemberian insentif pajak pada perusahaan sudah pasti dapat mengurangi beban pajak yang seharusnya dibayarkan dibandingkan dengan perusahaan yang sama sekali mendapatkan bantuan insentif pajak. Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadikan insentif pajak sebagai faktor atau variabel yang mempengaruhi agresifnya tindakan agresivitas pajak.

Penelitian terdahulu yang meneliti insentif pajak yakni Hidayat et al (2018) dan Rombe et al (2017). Keduanya sama-sama mengungkapkan hasil yang serupa bahwa adanya kesinambungan yang dapat ditarik antara insentif pajak dengan agresifnya aktivitas agresivitas pajak. Pada penelitian yang dilakukan Hidayat et al (2018) menjelaskan alasan mengapa insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak yakni dikarenakan insentif pajak sebagai variabel moderasi memiliki pengaruh dengan keterhubungan

antara CSR dengan nilai ETR perusahaan. Sedangkan untuk penelitian Rombe et al (2017) dijelaskan jika total beban pajak perusahaan sangat dipengaruhi oleh adanya insentif pajak dengan digunakannya pengukuran GAAP.

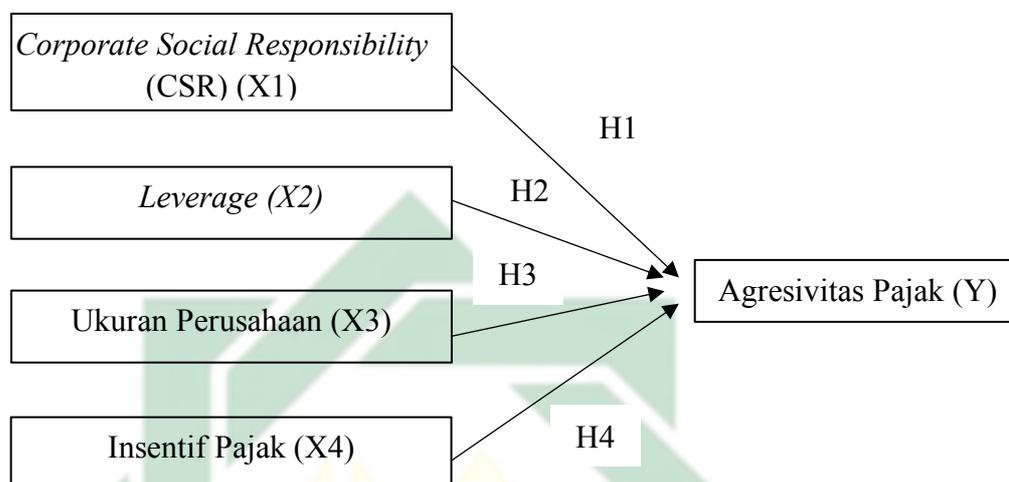
Hal ini didukung oleh pengungkapan dari teori TPB (Theory of Planned Behavior) menurut Ajzen (1991) yang mengungkapkan bahwa adanya ketiga faktor yang membentuk suatu tindakan agresivitas pajak. Adapun ketiga faktor tersebut meliputi: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*). Ketiga faktor inilah yang dijadikan pondasi terbentuknya aktivitas agresivitas pajak didalam perusahaan yang dimana salah satu upayanya bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan adanya pemberian insentif pajak dari pemerintah.

Berdasarkan penjelasan singkat dari hasil penelitian dari peneliti terdahulu yakni dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa keduanya sama-sama mengungkapkan jika agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh adanya sistem insentif pajak. Dengan demikian maka diajukannya pemberian hipotesis yakni berupa:

**H4: Insentif Pajak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.**

## 2.4. Kerangka Konseptual

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



Sumber : Berasal dari peneliti, (2022)

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini memiliki 4 tujuan sebagai berikut:

1. H1 bertujuan yakni untuk mengetahui apakah dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tinggi dapat mempengaruhi secara positif signifikan adanya aktivitas agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.
2. H2 bertujuan yakni untuk mengetahui apakah dengan pengungkapan *leverage* yang tinggi dapat mempengaruhi secara positif signifikan adanya aktivitas agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.
3. H3 bertujuan yakni untuk mengetahui apakah dengan pengungkapan ukuran perusahaan yang tinggi dapat mempengaruhi secara positif signifikan adanya aktivitas agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.

4. H4 bertujuan yakni untuk mengetahui apakah dengan pengungkapan insentif pajak yang tinggi dapat mempengaruhi secara positif signifikan adanya aktivitas agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1. Jenis Penelian**

Penelitian berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Insentif Pajak Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2019 - 2021” menerapkan jenis penelitian kuantitatif dengan melalui pendekatan asosiatif. Hasil penelitian yang dijabarkan secara narasi serta data yang diolah bersumber dari bentuk angka maupun gambar merupakan definisi dari metode penelitian jenis kuantitatif (Sugiyono, 2016). Adapun definisi dari pendekatan asosiatif yakni untuk mengetahui adanya hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu, dalam jenis pendekatan ini digunakannya penjabaran serta pendeskripsian terkait teori-teori yang relevan guna menjelaskan adanya keterkaitan dari satu variabel lain ke variabel lainnya dengan fenomena atau isu masalah yang ada.

#### **1.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan secara mengakses website resmi dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Website resmi ini pula yang menjadi tempat atau wadah pengambilannya populasi serta sampel yang diperlukan bagi kepentingan penelitian.

### 1.3. Populasi dan Sampel

Definisi populasi adalah sekumpulan atau keseluruhan dari variabel yang hendak di teliti. Populasi yang digunakan yakni perusahaan pada sektor pertambangan yang tercatat di website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian dari tahun 2019-2021. Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek yang hendak diteliti yang nantinya dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada.

Adapun sampel yang dipilih dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana teknik ini merupakan pengambilan sampel yang menerapkan beberapa kriteria khusus untuk memperkecil objek dari populasi yang ada. Adapun dibawah ini merupakan kriteria khusus dalam menentukan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar secara publik di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia maksimal pada tahun 2019.
3. Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak mempublikasikan annual reportnya khususnya CSR serta tidak dapat diaksesnya website resmi di BEI maksimal tahun 2019.
4. Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian dilakukan.

Setelah ditentukannya kriteria khusus dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, maka dibawah ini terdapat tabel yang sudah menyeleksi

dan diketahui jumlah sampel yang nantinya akan dijadikan bahan penelitian kedepannya. Berikut dibawah ini bentuk penyajian tabelnya.

*Tabel 3.1 Pengambilan Sampel*

<b>No.</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar secara publik di Bursa Efek Indonesia.	63
2.	Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak terdaftar di Bursa efek Indonesia maksimal pada tahun 2019.	(4)
3.	Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak mempublikasi <i>annual report</i> khususnya CSR serta tidak dapat diaksesnya website resmi di BEI maksimal tahun 2019	(11)
4.	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian dilakukan.	(29)
<b>Total Sampel Per tahun</b>		19
<b>Periode Penelitian dari 2019-2021</b>		3
<b>Tota Akhir Sampel yang Diteliti</b>		57

Sumber: berasal dari peneliti, (2022)

Tabel 3.1 merupakan tabel pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun hasil dari tabel tersebut diketahui bahwa total sampel yang layak diteliti yakni berjumlah 19 perusahaan sektor pertambangan dalam satu periode penelitian. Adapun dikarenakan periode penelitian yang digunakan 3 tahun yakni pada tahun 2019-2021, maka total sampel tersebut dikalikan 3 sehingga jumlah nya sebesar 57 sampel.

## 1.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sebuah landasan pernyataan atau informasi yang digunakan untuk menjelaskan cara pengukuran variabel guna dapat memudahkan pembaca dan peneliti dalam memahaminya. Adapun dibawah ini penjabarannya sebagai berikut:

### 1.4.1. Variabel Dependen (Y)

Pada penelitian ini, agresivitas pajak dijadikan variabel dependen atau terikat. Pengukuran agresivitas pajak sendiri dihitung dengan rumus *Effective Tax Rate* (ETR). Hal ini dijabarkan menjadi: jika perusahaan sektor pajak memiliki nilai ETR yang cenderung rendah, maka beban pajak juga akan menurun. Dapat ditarik kesimpulan bahwa jika beban pajak perusahaan menurun, maka perusahaan tersebut berpotensi melakukan adanya aktivitas agresivitas pajak yang agresif. Pengukuran ETR menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ETR_1 = \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

### 1.4.2. Variabel Independen (X)

Adapun pada penelitian ini digunakannya keempat variabel independen. Dibawah ini penjelasan dari pengukuran keempat variabel independen yang digunakan:

### 1. *Corporate Social Responsibility (CSR) (X<sub>1</sub>)*

*Corporate Social Responsibility (CSR)* menggunakan pengukuran dari GRI 4 yakni dengan 91 indikator. Perhitungan pengukuran rumus nya dapat digunakan dengan cara sebagai berikut:

$$CSRli = \frac{\sum xyi}{ni}$$

Keterangan:

CSRli : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan

$\sum Xyi$  : Item yang diungkapkan akan bernilai 1, sedangkan untuk item yang tidak diungkapkan akan bernilai 0.

ni : Jumlah keseluruhan item pengungkapan

### 2. *Leverage (X<sub>2</sub>)*

*Leverage* adalah rasio hutang. Rasio hutang sendiri dimaknai dengan kewajiban dalam jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan. Dapat disimpulkan jika hutang jangka Panjang perusahaan tergolong tinggi, maka beban bunga dari hutang tersebut juga akan tinggi. Hal tersebut memiliki kesinambungan

dengan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan juga akan berkurang. Oleh sebab itu, perhitungan rasio utang yang digunakan yakni sebagai berikut:

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

### 3. Ukuran perusahaan ( $X_3$ )

Pada variabel ini diperlihatkannya total aset yang dimiliki perusahaan untuk mengklasifikasikan bagaimana bentuk ukuran dari perusahaan tersebut. Pengklasifikasiannya terbagi menjadi 3 jenis ukuran yakni: besar, medium, dan kecil. Oleh karena itu, untuk perumusannya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$$

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### 4. Insentif Pajak ( $X_4$ )

Variabel insentif pajak dalam penelitian ini menggunakan referensi dari perhitungan perencanaan pajak yang diteliti oleh (Stiawan et al., 2022). Adapun rumus perhitungannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$TAXPLAN (TP) = \frac{\text{Tarif PPh (PTI - CTE)}}{TA}$$

Keterangan:

Tax Plan (TP) = Perencanaan Pajak

PTI = Laba sebelum pajak (pre tax income)

CTE = Beban pajak kini

TA = Total aktiva maupun aset

### 1.5. Jenis dan Sumber Data

Sebelumnya, sumber data sendiri dibagi menjadi 2 kriteria. Kriteria pertama adalah data primer atau bisa disebut dengan (*primary data*) yakni sumber data baku yang didapatkan peneliti langsung dari tangan pertama atau dengan kata lain tidak adanya perantara. Adapun yang meliputi sumber data primer yakni berupa: wawancara, kuesioner, serta observasi. Kriteria kedua adalah data sekunder atau bisa disebut dengan (*secondary data*) yakni perolehan data yang didapatkan peneliti dari kumpulan hasil penelitian yang sudah lebih dulu meneliti maupun menulis. Adapun yang meliputi sumber dari data sekunder yakni berupa: data publikasi, basis data (*database*), buku, data sensus, dan lainnya (Sekaran, 2011).

Penelitian ini menggunakan jenis sumber data sekunder. Adapun sumber data yang didapatkan berasal dari data website resmi yang mempublikasi segala aktivitas kegiatan pasar modal di Indonesia atau bisa disebut dengan BEI (Bursa Efek Indonesia). Dari BEI ini, peneliti mendapatkan data berupa *annual report* yang dipublikasikan oleh perusahaan pada sektor pertambangan dengan rentang periode penelitian 2019-2021.

#### 1.6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun berdasarkan buku yang ditulis oleh Sugiyono (2016) yakni teknik pengumpulan data terbagi menjadi 3 metode pengumpulan meliputi: penelitian eksperimen, survey, dan naturalistik. Untuk penelitian eksperimen biasanya dilakukan dan diperoleh dari laboratorium. Selain itu, penelitian dengan metode eksperimen biasa terdapat perlakuan (*treatment*). Lain halnya dengan metode penelitian secara naturalistik yang tidak terdapat perlakuan serta biasanya dilakukan dan diperoleh secara alamiah atau kondisi yang *real*.

Teknik pengumpulan data dalam melakukan penelitian ini yakni digunakannya secara eksperimen. Dikarenakan data yang dikumpulkan yakni secara laboratorium maupun website resmi BEI di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Selain itu, secara kesimpulan dapat dimaknai bahwa teknik pengumpulan data secara eksperimen yakni sebagai metode yang mencari pengaruh dari perlakuan tertentu terhadap perlakuan lainnya.

Adapun tahapan yang dilakukan dalam mengumpulkan data yakni; pertama yakni membuka website resmi BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang dimana

nantinya tercatat kode, nama, tahun, hingga total saham perusahaan di sektor pertambangan. Perusahaan yang tercatat itulah nantinya dijadikan sebagai populasi. Kedua, menentukan sampel. Sampel sendiri merupakan sebagian dari keseluruhan objek yang hendak diteliti yang nantinya dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik *purposive sampling*.

Ketiga, setelah menentukan sampel maka langkah selanjutnya yakni melakukan perhitungan didalam excel atau yang bisa disebut menyusun tabulasi data. Sumber perhitungan yang digunakan yakni menggunakan rumus-rumus yang telah dicantumkan pada bagian definisi operasional dari keempat variabel independen yakni CSR, *leverage*, ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Keempat, setelah menyusun tabulasi data yang disesuaikan dengan perhitungan rumus yang ditentukan, maka selanjutnya yakni menginput tabulasi data tersebut kedalam SPSS versi 26. Kelima yakni output dari penggunaan aplikasi SPSS itulah yang nantinya dijadikan sebagai hasil dari penelitian berupa tabel dan gambar seperti: tabel hasil uji normalitas, tabel uji multikoleniaritas, tabel uji t, tabel uji analisis regresi linier berganda, dan gambar dari hasil uji heteroskedastisitas.

### **1.7. Teknik Analisis Data**

Adanya penggunaan teknik analisis data yakni ditujukan untuk memberikan jawaban dari rumusan masalah yang sudah ditetapkan serta dapat memberikan hasil perhitungan terhadap hipotesis yang sudah diajukan

diawal. Dalam penelitian ini teknik analisis datanya dibantu dengan menggunakan sistem atau program yang disebut *Statistical Productand Service Solutions* (SPSS) versi 26. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam meneliti yakni sebagai berikut:

### **1.7.1. Analisis Statistik**

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Sugiyono, (2016) dijabarkan bahwa analisis statistik pada teknik analisis datanya terbagi menjadi 2 jenis yakni meliputi deskriptif serta inferensial. Pertama, untuk jenis deskriptif digunakan untuk penyajian datanya dalam bentuk tabel maupun grafik. Selain itu, statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui ukuran statistik yang meliputi: mean, median, modus, dan standar deviasi. Sedangkan yang kedua yakni jenis inferensial. Pada dasarnya statistik inferensial digunakan untuk pengambilan keputusan seperti menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini digunakannya teknik analisis datanya menggunakan jenis analisis statistik deskriptif. Kemudian, hasil olahan data tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel.

### **1.7.2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan dalam penelitian yang ditujukan agar data sampel yang diambil dapat mewakili populasi yang ditetapkan.

Serta uji asumsi klasik diuji agar penelitian terhadap variabel terhindar dari kemungkinan adanya penyimpangan (Rombe et al., 2017). Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukannya uji asumsi klasik dengan beberapa jenis meliputi:

### **1. Uji Normalitas**

Diujikan agar data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan yakni menggunakan uji Kolmogorov. Uji Kolmogorov – Smirnov dilakukan agar diketahui apakah data tersebut normal atau tidak. Normal atau tidaknya bisa dinilai jika nilai variabel signifikan  $> 0,05$  atau 5% maka variabel tersebut bersifat normal. Sedangkan variabel dikatakan tidak bersifat normal jika nilai signifikannya  $< 0,05$  atau 5%.

### **2. Uji Multikoleniaritas**

Uji multikoleniaritas berfungsi untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dengan dependen. Dalam pengujian ini bisa disimpulkan dengan penilaian jika VIF bernilai dibawah 10 dan *tolerance value* diatas 0,10 maka data tersebut dibebaskan dari multikolinieritas.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam melakukan uji ini memiliki tujuan apakah adanya ketidaksamaan dalam dalam data yang diuji. Cara yang dilakukan dalam pengujian heteroskedastisitas yakni dengan menggunakan

*scatterplot* dan ditarik kesimpulan jika hasil titik-titiknya menyebar dan membentuk pola tidak menentu, maka data tersebut tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

### 1.7.3. Uji Hipotesis

Uji signifikan parameter parsial (uji t)

Uji ini digunakan saat peneliti menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diterapkan pada variabel yang diteliti secara parsial atau tunggal. Dengan kata lain tidak secara kesatuan atau simultan. Adapun dalam penelitian ini, dapat dikatakan berpengaruh jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel. Sebaliknya jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel tidak dapat dikatakan berpengaruh.

### 1.7.4. Analisis Regresi Linier

Dalam banyak penelitian, mengenai analisis korelasi dan analisis regresi sering sekali menjadi satu kesatuan pembahasan yang sama. Hal ini dikarenakan makna dasar dari keduanya dianggap sama. Seperti untuk analisis korelasi membahas hubungan ada dan tidaknya serta kuat dan lemahnya. Selain itu, posisi variabel independen dengan dependen tidak dibedakan. Sedangkan untuk analisis regresi membahas mengenai ada dan tidaknya pengaruh serta seberapa besar

pengaruh tersebut. Lain halnya dengan analisis regresi yang peletakan posisi variabel independen dengan dependen dijelaskan lebih jelas.

Analisis regresi linier digolongkan yakni sederhana dan berganda. Keduanya dibedakan dengan jumlah variabel independen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, digunakannya analisis regresi linier berganda. Oleh sebab itu dikarenakan menggunakan analisis regresi linier berganda, maka digunakannya aplikasi atau program yang membantu untuk menganalisis data dengan lebih efisien yakni menggunakan SPSS (*Statistical Productand Service Solutions*). Adapun berikut rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Agresivitas Pajak

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi CSR

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Leverage

$\beta_3$  = Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan

$\beta_4$  = Koefisien Regresi Insentif Pajak

$X_1$  = CSR

$X_2$  = Leverage

$X_3$  = Ukuran Perusahaan

$X_4$  = Insentif Pajak

e = Error term



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Deskripsi Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Pengambilan data sekunder sendiri didapatkan dari sumber website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun penelitian ini meneliti perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI dengan pengambilan rentang periode tahun 2019 hingga 2021 atau selama 3 tahun lamanya. Selain itu, pengambilan datanya didapatkan berasal dari *annual report* atau biasa yang disebut dengan laporan tahunan perusahaan.

Dalam laporan tahunan tersebutlah perusahaan mempublikasikan informasi yang terkait dengan pengungkapan CSR serta adanya tampilan laporan keuangan yang telah diaudit untuk menampilkan informasi terkait perhitungan laba sebelum pajak, beban pajak yang ditanggung, total hutang jangka panjang, hingga total aset perusahaan untuk dijadikan perhitungan pada variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan insentif pajak. Perhitungan inilah yang nantinya akan digunakan untuk bahan penelitian atau bisa disebut dengan data. Selain itu, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *purposive sampling*. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini yakni dimulai dari bulan September tahun 2022 hingga Januari tahun 2023.

#### 4.1.2. Karakteristik Sampel Penelitian

Adapun dikarenakan teknik sampel yang dipilih dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana teknik ini merupakan pengambilan sampel yang menerapkan beberapa kriteria khusus untuk memperkecil objek dari populasi yang ada. Adapun dibawah ini merupakan kriteria khusus dalam menentukan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar secara publik di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia maksimal pada tahun 2019.
3. Perusahaan pada sektor pertambangan yang tidak mempublikasikan annual reportnya khususnya CSR serta tidak dapat diaksesnya website resmi di BEI maksimal tahun 2019.
4. Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian dilakukan.

Hasil sampel yang didapatkan berdasarkan karakteristik diatas yakni sebesar 19 perusahaan per tahunnya yang layak untuk diteliti. Sehingga total sampel keseluruhan selama 3 tahun dari 2019 hingga 2021 yakni diperoleh 57 sampel.

## 4.2. Hasil Analisis Data

### 4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini digunakannya keempat variabel independen yakni berupa  $X_1$  adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR),  $X_2$  adalah *Leverage*,  $X_3$  adalah ukuran perusahaan, serta  $X_4$  adalah insentif pajak. Selain itu, adanya variabel dependen yakni variabel Y adalah agresivitas pajak. Kelima variabel tersebut diuji dengan analisis statistik deskriptif. Definisi dari analisis statistik deskriptif sendiri ialah analisis yang pengujiannya bertujuan untuk mengetahui nilai minimum (nilai yang paling kecil), nilai maximum (nilai yang paling besar), nilai mean (nilai rata-rata), serta simpangan baku. Adapun berikut dibawah ini merupakan hasil dari pengujian analisis statistik deskriptif:

Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistic					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR	57	,15	,33	,2174	,04299
<i>Leverage</i>	57	,02	,50	,1525	,12916
Ukuran Perusahaan	57	26,16	32,32	29,5104	1,40680
Insentif Pajak	57	,01	,03	,0182	,00805
Agresivitas Pajak	57	,23	,30	,2644	,01842
Valid N (listwise)	57				

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

Penjabaran hasil dari tabel analisis uji statistik dekskriptif diatas yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 yang dimana N memiliki makna total sampel yang diteliti. Berdasarkan hasil tabel

diatas, sampel atau N dalam penelitian ini sebanyak 57. Adapun penjelasan dari hasil tabel diatas yakni yang pertama ada CSR. CSR selaku X1 dalam penelitian ini memiliki nilai minimal 0,15 dan nilai maksimalnya sebesar 0, 33. Untuk nilai rata-ratanya atau mean didapatkan sebesar 0, 2174. Serta untuk nilai simpangan baku, CSR memperoleh nilai sebesar 0,04299. Hal ini dapat dimaknai sebagai jarak pada nilai rata-rata penyimpangan antar perusahaan untuk CSR nya diperoleh nilai sebesar 0,04299.

Pada variabel kedua yakni ada *leverage* selaku X2 dalam penelitian ini memperoleh nilai 0,02 dan 0,50 untuk nilai minimal dan maksimalnya. Selain itu, didapatkan nilai sebesar 0,1525 untuk nilai rata-ratanya atau bisa disebut mean. Serta nilai simpangan baku yang diperoleh yakni sebesar 0,12916. Hal ini dapat dimaknai sebagai jarak pada nilai rata-rata penyimpangan antar perusahaan untuk *leverage* nya diperoleh nilai sebesar 0,12916.

Pada variabel ketiga yakni ukuran perusahaan selaku X3 dalam penelitian ini memperoleh nilai 26,16 untuk nilai minimal atau nilai yang paling kecil, sedangkangkan untuk nilai maksimalnya atau nilai terbesesar diperoleh sebesar 32,32. Adapun selanjutnya didapatkan nilai sebesar 29,5104 untuk rata-rata. Dan yang terakhir nilai yang diperoleh variabel ukuran perusahaan (X3) pada simpangan baku yakni 1,40680. Hal ini dapat dimaknai sebagai jarak pada nilai rata-

rata penyimpangan antar perusahaan untuk variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai sebesar 1,40680.

Pada variabel keempat yakni ada insentif pajak selaku X4. Insentif pajak memperoleh nilai minimal serta nilai maksimal dengan angka 0,01 dan 0,03. Adapun nilai rata-rata atau yang bisa disebut mean mendapatkan sebesar 0.0182. Selain itu, untuk nilai yang diperoleh sebesar 0,00805 yakni untuk simpangan baku. Hal ini dapat dimaknai sebagai jarak pada nilai rata-rata penyimpangan antar perusahaan untuk variabel insentif pajak diperoleh nilai sebesar 0,00805.

Terakhir yakni variabel dependen dalam penelitian ini yakni agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan variabel Y dalam penelitian ini. Adapun nilai minimal yang diperoleh yakni sebesar 0,23 dan untuk nilai maksimalnya yakni 0,30. Selain itu nilai sebesar 0,2644 yakni dimaknai sebagai nilai rata-rata atau bisa disebut sebagai nilai mean. Nilai terakhir yang diperoleh yakni simpangan baku. Nilai simpangan baku pada variabel Y selaku agresivitas pajak diperoleh sebesar 0,01842. Hal ini dapat dimaknai sebagai jarak pada nilai rata-rata penyimpangan antar perusahaan untuk variabel insentif pajak diperoleh nilai sebesar 0,01842.

#### 4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yakni uji yang dilakukan sebagai pra syarat sebelum melangkah ke pengujian selanjutnya yakni hipotesis. Uji pra syarat yakni dimaknai sebagai langkah awal untuk melakukan sebuah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis nanti sudah berdistribusi normal. Dalam penelitian ini beberapa pengujian asumsi klasik yakni antara lain ada uji normalitas, multikoleniaritas, serta heteroskedastisitas.

##### 1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah data sudah berdistribusi normal atau tidaknya menggunakan uji normalitas dengan *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*. Adapun berikut dibawah ini hasil tabel dari uji normalitas dengan *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas  
*One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,01412180
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,064
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

Penjelasan dari tabel diatas yakni penelitian ini dalam mengujikan uji normalitas menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Dalam pendekatan ini definisi dari data berdistribusi normal yakni jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) nya memperoleh lebih dari 0,05. Oleh sebab itu, hasil dari tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov yakni memperlihatkan bahwa datanya berdistribusi normal. Alasan ini dikarenakan diperolehnya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang dimana angka ini bernilai lebih besar dari 0,05.

## 2. Uji Multikoleniaritas

Pengujian multikoleniaritas dilakukan bertujuan agar diketahuinya apakah ada korelasi diantara variabel yang diteliti dengan model regresi. Menurut Imam Ghozali (2011), dalam sebuah penelitian bisa dikatakan data yang digunakan tidak mengalami adanya gejala multikoleniaritas apabila nilai tolerance nya lebih besar dari 0,100 ( $> 0,100$ ) serta nilai VIF nya lebih kecil dari 10,00 ( $< 10$ ). Adapun dibawah ini tampilan dari hasil tabel uji multikoleniaritas.

*Tabel 4.3 Hasil Uji Multikoleniaritas*

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collonearity Statistic	
	Tolerance	VIF

CSR	,949	1,053
<i>Leverage</i>	,647	1,545
Ukuran Perusahaan	,672	1,487
Insentif Pajak	,926	1,079

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

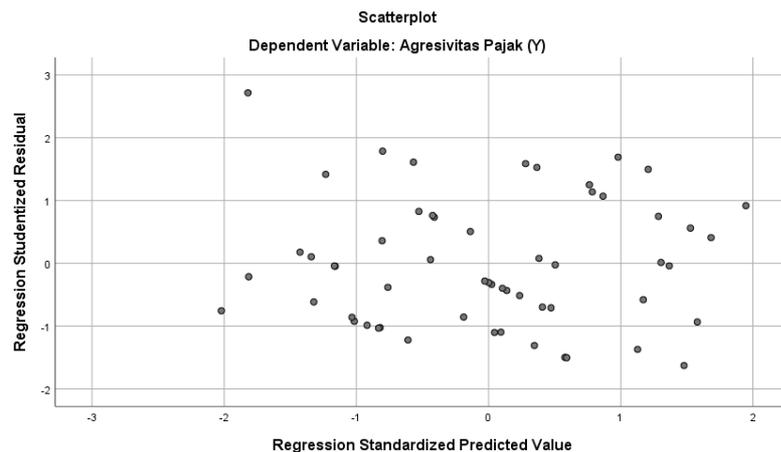
Berdasarkan penjabaran dari hasil tabel diatas, maka dalam penelitian ini diketahui bahwa keempat variabel tidak ada yang mengalami gejala multikoleniaritas. Pertama, untuk variabel CSR selaku X1 memperoleh nilai tolerance 0,949 dan nilai VIF 1,053. Kedua yakni ada variabel *leverage* selaku X2 didapatkannya nilai tolerance sebesar 0,647 serta nilai VIF nya sebesar 1,545. Ketiga yakni X3 dengan variabel ukuran perusahaan mendapatkan nilai 0,672 dan 1,487 untuk nilai tolerance serta VIF nya. Terakhir yakni variabel keempat insentif pajak selaku X4 memperoleh nilai 0,926 untuk tolerancinya, sedangkan untuk VIF nya diperoleh nilai sebesar 1,079.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukannya pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya penyimpangan diantara variabel penelitian dengan model regresi. Menurut Imam Ghozali (2011), tidak dapat terjadinya heteroskedastisitas pada data apabila ketidak beraturannya bentuk pola yang menyebar

pada *scatterplot*. Adapun berikut dibawah ini gambar pola dari *scatterplot*.

**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

Berdasarkan hasil gambar scatterplot diatas, dapat disimpulkan tidak terjadinya penyimpangan atau bisa disebut juga dengan heteroskedastisitas pada data dikarenakan bentuk pola yang menyebar dan tidak ada keberaturan titik yang terbentuk.

### 4.2.3. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Signifikasin Parameter Parsial (Uji t)

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis yakni uji t dikarenakan variabel yang diteliti dilakukan secara parsial atau sendiri. Oleh karena itu, adanya uji t ini berfungsi untuk dapat diketahuinya apakah ada pengaruh diantara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial atau sendiri. Adapun dibawah ini merupakan tampilan dari tabel hasil uji t.

Tabel 4.4 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
CSR	2,610	,012
Leverage	2,111	,040
Ukuran Perusahaan	1,979	,053
Insentif Pajak	2,555	,014

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

Berdasarkan hasil tabel dari uji t diatas dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel yang ada, hanya 3 variabel yang berpengaruh sedangkan 1 variabel yang lain tidak memiliki pengaruh. Penyimpulan ini didasarkan karena jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Selain melihat nilai sig, variabel dapat dikatakan memiliki pengaruh jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $t \text{ hitung} > 2,007$ ). Adapun

penafsiran untuk hipotesisnya yakni  $H_a$  diterima jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  ataupun  $t \text{ hitung} > 2,007$ . Begitupun sebaliknya dengan  $H_0$  ditolak jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  ataupun  $t \text{ hitung} < 2,007$ . Setelah itu, dibawah ini merupakan penjelasan lebih rinci maupun kesimpulan dari masing-masing keempat variabel independen:

**a. *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Variabel CSR atau  $X_1$  menampilkan  $t_{\text{hitung}}$  senilai 2,610 dengan perhitungan  $t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$ .

Didapatkannya untuk perhitungan  $t_{\text{tabel}} = \frac{0,05}{2}; 57 - 4 - 1 = 0,025; 52$ . Nilai tersebut bermakna  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $2,610 > 2,007$ . Sedangkan untuk nilai  $\text{sig}$  nya yang didapat yakni sebesar 0,012 atau dengan kata lain  $0,012 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan yakni CSR berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

**b. *Leverage***

Variabel *leverage* atau  $X_2$  menampilkan  $t_{\text{hitung}}$  senilai 2,111 dengan perhitungan  $t_{\text{tabel}} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$ .

Didapatkannya untuk perhitungan  $t_{\text{tabel}} = \frac{0,05}{2}; 57 - 4 - 1 = 0,025; 52$ . Nilai tersebut bermakna  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $2,111 > 2,017$ . Sedangkan untuk nilai  $\text{sig}$  nya yang didapat yakni sebesar 0,040 atau dengan kata lain  $0,040 < 0,05$ . Oleh

karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan yakni *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

### c. Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan atau  $X_3$  menampilkan  $t_{hitung}$  senilai 1,979 dengan perhitungan  $t_{tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$ . Didapatkannya untuk perhitungan  $t_{tabel} = \frac{0,05}{2}; 57 - 4 - 1 = 0,025; 52$ . Nilai tersebut bermakna  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,979 < 2,007$ . Sedangkan untuk nilai sig nya yang didapat yakni sebesar 0,053 atau dengan kata lain  $0,053 > 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan yakni ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

### d. Insentif Pajak

Variabel insentif pajak atau  $X_4$  menampilkan  $t_{hitung}$  senilai 2,555 dengan perhitungan  $t_{tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$ . Didapatkannya untuk perhitungan  $t_{tabel} = \frac{0,05}{2}; 57 - 4 - 1 = 0,025; 52$ . Nilai tersebut bermakna  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,555 > 2,007$ . Sedangkan untuk nilai sig nya yang didapat yakni sebesar 0,014 atau dengan kata lain  $0,014 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan yakni insentif

pajak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai model regresinya. Hal ini dikarenakan sesuai dengan penjabaran definisi dari regresi sendiri yakni untuk mengidentifikasi adanya pengaruh satu atau lebih variabel (X) terhadap 1 variabel tertentu (Y). Dengan penggunaan analisis regresi inilah yang nantinya akan ditafsirkan untuk menjawab dari pertanyaan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Seperti yang sudah dijelaskan di beberapa kalimat diatas bahwasanya dalam melakukan penelitian analisis regresi linier ini diharuskan sebelumnya untuk menguji asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji multikoleniaritas, serta uji heteroskedastisitas. Hasilnya pun data yang diteliti sudah memenuhi syarat uji asumsi klasik tersebut dengan kesimpulan berdistribusi normal, tidak terjadinya multikoleniaritas serta tidak terjadinya penyimpangan atau yang disebut dengan heteroskedastisitas. Berikut dibawah ini ditampilkannya tabel dari hasil uji analisis regresi linier berganda:

Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,121	,050		2,427	,019
	X1	,122	,047	,285	2,610	,012
	X2	,040	,019	,279	2,111	,040
	X3	,003	,002	,257	1,979	,053
	X4	,646	,253	,282	2,555	,014

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, (2022)

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka untuk menampilkan persamaan analisis regresi linier bergandanya dibawah ini:

$$ETR = 0,121 + 0,122 CSR + 0,040 LEV + 0,003 Ln + 0,646 IP + e$$

Keterangan:

- 1.) ETR = Agresivitas Pajak
- 2.) CSR = *Corporate Sosial Responsibility*
- 3.) LEV = *Leverage*
- 4.) Ln = Ukuran Perusahaan
- 5.) IP = Insentif Pajak
- 6.) e = *Error*

Berikut ini penafsiran dari bentuk hasil persamaan regresi linier berganda diatas:

- a. Angka 0,121 diatas merupakan makna dari bentuk nilai konstanta. Hal ini dapat dimaknai jika variabel  $X_1, X_2, X_3$ , dan  $X_4$  sama dengan nol, maka agresivitas pajaknya juga tetap sebesar 0,121.
- b. CSR selaku variabel ( $X_1$ ) memiliki angka koefisien senilai 0,122. Hal ini dapat dimaknai apabila setiap terjadinya peningkatan pada CSR selaku variabel ( $X_1$ ) sebanyak 1%, maka adanya kenaikan serupa yang terjadi pada agresivitas pajaknya senilai 0,122.
- c. *Leverage* selaku variabel ( $X_2$ ) memiliki angka koefisien senilai 0,040. Hal ini dapat dimaknai apabila setiap terjadinya peningkatan pada *leverage* selaku variabel ( $X_2$ ) sebanyak 1%, maka adanya kenaikan serupa yang terjadi pada agresivitas pajaknya senilai 0,040.
- d. Ukuran perusahaan selaku variabel ( $X_3$ ) memiliki angka koefisien senilai 0,003. Hal ini dapat dimaknai apabila setiap terjadinya kenaikan pada ukuran perusahaan selaku variabel ( $X_3$ ) sebanyak 1%, maka adanya kenaikan serupa yang terjadi pada agresivitas pajaknya senilai 0,003.
- e. Insentif pajak selaku variabel ( $X_4$ ) memiliki angka koefisien senilai 0,646. Hal ini dapat dimaknai apabila setiap terjadinya

peningkatan pada insentif pajak selaku variabel ( $X_4$ ) sebanyak 1%, maka adanya kenaikan serupa yang terjadi pada agresivitas pajaknya senilai 0,646.

#### 4.3. Hasil Pembahasan

Pada sub bab ini akan dijelaskannya hasil dari pengujian yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Sebelumnya pada sub bab diatas telah ditampilkan beberapa bentuk tabel dari hasil uji yang telah dilakukan, maka pada sub bab ini akan dijelaskan lebih rinci lagi dengan menghubungkan beberapa teori yang telah diasumsikan dalam penelitian ini. Sesuai dengan hasil uji yang telah diperoleh, bahwa munculnya perbedaan jawaban akhir dengan penetapan hipotesis yang dirujuk dari penelitian terdahulu. Adapun dengan kemunculan hasil yang berbeda dengan pengajuan hipotesisnya, dikarenakan ada beberapa alasan yang melatar belakangi perbedaan tersebut. Dengan demikian dalam penelitian ini adanya pengajuan hipotesis dari peneliti terdahulu sebagai berikut:

1.  $H_1$  selaku *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.
2.  $H_2$  selaku *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.
3.  $H_3$  selaku ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

4. H<sub>4</sub> selaku insentif pajak berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Sesuai dengan asumsi teori yang dipilih dalam penelitian ini, yakni teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) yang menjabarkan arti bahwa setiap perlakuan yang dilakukan oleh individu atau kelompok selalu didasari dengan adanya tiga faktor yang melandasi timbulnya perilaku tersebut. Ketiga faktor inilah yang menjadi penentu apakah perilaku yang terbentuk tersebut bermakna positif atau negatif. Adapun ketiga faktor ini meliputi: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*).

Teori ini memaknai jika timbulnya keagresifan pada tindakan agresivitas pajak terjadi, dikarenakan sikap seseorang maupun kelompok tersebut yang cenderung positif dalam artian mendukung dan menganggap tindakan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri maupun kelompok. Serta adanya dorongan serta desakan dari norma yang terbentuk juga dapat memberikan kewajaran atas perbuatan atas tindakan tersebut. Terakhir yakni lemahnya pada kontrol perilaku individu maupun kelompok untuk melakukan suatu tindakan agresivitas pajak. Begitu pula dengan sebaliknya, jika sikap seseorang cenderung negatif dan menganggap tindakan agresivitas pajak dapat memberikan dampak yang buruk, serta tidak adanya desakan norma sosial maka semakin kuat pula kontrol perilaku seseorang untuk tidak melakukan agresivitas pajak.

Setelah itu asumsi teori selanjutnya yakni ada teori legitimasi. Teori legitimasi memaknai bahwasanya segala hal aktivitas yang dilakukan perusahaan harus sesuai dengan nilai, norma, serta batasan-batasan yang sudah ditetapkan secara sosial dalam lingkungan masyarakat. Adapun dalam terbentuknya aktivitas perusahaan yakni tidak luput dari dukungan internal maupun eksternal. Hal ini memiliki kesinambungan dengan teori kekuasaan politik.

Yang dimana teori ini memaknai dari segi internal perusahaan dapat berupa kemampuan individu maupun kelompok yang memiliki kekuasaan untuk mengatur semua keinginannya agar dijadikan tujuan pencapaian bagi orang yang berada dibawahnya. Selain itu, dari segi eksternal yakni perusahaan memanfaatkan pemerintah dalam bentuk peraturan politiknya seperti adanya Undang-undang yang mengatur mengenai perpajakan.

Pemaknaan dari ketiga teori tersebutlah yang nantinya akan dihubungkan serta dibahas lebih rinci lagi dengan hasil yang diperoleh dari pengujian yang sudah dilakukan. Selain itu, rujukan dari definisi ketiga teori tersebut berfungsi sebagai landasan dasar untuk menjabarkan secara lengkap bagaimana pengaruh dari keempat variabel independen yakni CSR (*Corporate Social Responsibility*), *leverage*, ukuran perusahaan, serta insentif pajak terhadap variabel dependen selaku agresivitas pajak secara parsial. Adapun untuk menjawab adanya pengaruh atau tidak yakni berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil pengujian yang digunakan yakni menggunakan analisis uji t. Berikut dibawah

ini merupakan penjelasan dari pengaruh keempat variabel independen tersebut terhadap agresivitas pajak secara parsial.

#### **4.3.1. Hasil Pembahasan terkait Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Agresivitas Pajak**

Dalam penelitian ini, pengujian yang dilakukan terhadap variabel X1 selaku CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan hasil memiliki pengaruh terhadap variabel Y yakni agresivitas pajak. Hal ini dimaknai dengan diperolehnya nilai sig sebesar 0,012 lebih kecil dari 0,05 ( $0,012 < 0,05$ ). Hal ini ternyata memiliki pengungkapan hasil yang serupa dari penelitian terdahulu yakni Muljadi dan Hastuti (2022). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa adanya pengaruh pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak.

Selain itu perolehan nilai untuk t hitung sebesar 2,610 yang dimana angka tersebut bernilai lebih besar dari t tabel sebesar 2,007. Hal ini dimaknai sebagai bahwasanya variabel CSR selaku X1 memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak selaku variabel Y. Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pengajuan dari rujukan hipotesis H1 yakni diterima. Dengan demikian dapat dimaknai bahwa adanya pengungkapan CSR dapat berpengaruh positif signifikan terhadap timbulnya aktivitas agresivitas pajak.

Hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Ambarjati (2021) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan pada variabel CSR terhadap agresivitas pajak. Pemaknaan dari variabel CSR yang memiliki pengaruh terhadap timbulnya tindakan agresivitas pajak ini dimaknai dengan arti semakin agresif tindakan agresivitas pajak maka hal tersebut dapat dipengaruhi oleh tingginya nilai CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Hal ini sangat masuk akal mengingat saat ini sudah banyak perusahaan raksasa yang mengungkapkan informasi CSR nya di laporan keuangannya khususnya pada perusahaan sektor pertambangan.

Dengan perolehan hasil yang sudah dijelaskan, maka adanya rujukan berdasarkan pendefinisian dari teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) serta teori legitimasi. Berdasarkan pemaparan dari teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) bahwa adanya sikap atau niat yang dibentuk perusahaan dalam menerapkan CSR secara besar-besaran yakni sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada masyarakat dan lingkungan. Akan tetapi selain diterapkannya kegiatan CSR secara baik, disisi lain pengungkapan CSR yang tinggi justru dijadikan sebagai celah bagi perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Sesuai dengan kriteria yang diungkapkan oleh sikap (*attitude*) bahwa perasaan (*favorable*) yang dimiliki perusahaan cenderung memihak atau mendukung terhadap suatu tindakan perilaku yakni

aktivitas agresivitas pajak. Perasaan memihak ini diungkapkan dengan indikasi tingginya kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Indikasi ini dapat berupa biaya-biaya yang dikeluarkan dari pengungkapan CSR seperti sumbangan ataupun donasi, pemberian beasiswa serta lain-lain. Jika pengeluaran biaya-biaya tersebut tergolong bernominal besar atau tinggi, maka semakin berkurang pula jumlah penghasilan (*income*) perusahaan.

Berkurangnya *income* inilah yang nantinya dijadikan langkah atau cara bagi perusahaan untuk meminimalkan beban pajaknya. Adapun aktivitas meminimalkan beban pajak yang dilakukan perusahaan nantinya akan mengakibatkan timbulnya suatu perilaku yakni yang dinamakan dengan tindakan agresivitas pajak. Tujuan dari perilaku tersebut yakni dikarenakan perusahaan masih menganggap bahwa kontribusi dalam membayar pajak kepada negara tidak dapat memberikan profit atau keuntungan bagi perusahaan.

Namun lain halnya dengan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR. Dikarenakan dengan pengeluaran biaya tersebutlah, perusahaan menjadikannya sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat secara sosial dan didapatkannya citra yang baik. Hal ini otomatis dapat memberikan keuntungan pada perusahaan disebabkan oleh citra baik yang dibangun oleh perusahaan untuk menarik investor. Keberadaan investor inilah yang sangat berperan penting bagi keberlangsungan jalannya aktivitas perusahaan kedepannya.

Hal ini juga berhubungan dengan pemaknaan dari teori legitimasi. Diungkapkannya bahwa dengan tingginya pengungkapan aktivitas CSR dalam bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan tidak hanya untuk lingkungan melainkan juga kepada masyarakat nantinya dapat memberikan citra yang baik pula bagi keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Dikarenakan dalam penelitian ini menyatakan jika pengungkapan CSR yang tinggi akan menimbulkan tingginya agresivitas pajak, maka ini akan bermakna berlawanan dengan pendefinisian dari teori legitimasi tersebut.

Ketidakpersamaan atau makna yang berlawanan inilah dapat menimbulkan adanya *legitimacy gap*. Adapun solusi dari timbulnya *legitimacy gap* yakni dengan cara perusahaan mengungkapkan CSR kedalam *annual report* (laporan tahunan) yang dimana nantinya bertujuan agar dapat memberikan citra yang baik bagi masyarakat maupun investor. Pengungkapan CSR yang diungkapkan kedalam *annual report* ini tidak lain bertujuan yakni untuk menunjukkan adanya transparansi atau keterbukaan atas kegiatan-kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan.

Keterbukaan atas aktivitas-aktivitas yang dijalankan nantinya dapat menjauhkan implikasi atau masalah dari pihak luar dan dapat memberikan citra bahwa perusahaan menjalankan pengoperasinya dengan cukup baik. Selain itu dengan adanya pengungkapan CSR pada *annual report* yakni bisa dijadikan sebagai alat untuk menutupi

adanya aktivitas atau perilaku perusahaan dalam meminimalkan beban pajaknya atau melakukan tindakan aktivitas agresivitas pajak. Adapun berdasarkan penjelasan dari penjabaran teori yakni dari sisi legitimasi, ternyata hasil serupa juga diungkapkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ambarjati (2021) bahwa memang variabel CSR selaku variabel independen (X1) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap agresivitas pajak selaku variabel dependen.

#### **4.3.2. Hasil Pembahasan terkait Pengaruh *Leverage* (CSR) dengan Agresivitas Pajak**

Pengujian yang dilakukan untuk *leverage* yakni menggunakan perhitungan hutang jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan dibagi dengan total aset. Dengan perhitungan tersebutlah, didapaknya hasil uji t secara parsial yang dilakukan pada aplikasi SPSS 26 dengan perolehan nilai signifikan sebesar 0,040. Angka ini bernilai lebih kecil dari 0,05 ( $0,040 < 0,05$ ).

Selain itu pula dalam penelitian ini diperoleh nilai t hitung sebesar 2,111 dari t tabel sebesar 2,007. Perolehan dari angka sig serta t hitung tersebut dimaknai sebagai adanya pengaruh positif signifikan pada *leverage* terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya pengajuan hipotesis H2 yakni diterima. Dengan kata lain, variabel X2 selaku *leverage* memiliki

pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak.

Hasil serupa yang diungkapkan oleh penelitian terdahulu dari Kiswara (2019) bahwasanya variabel X2 selaku *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak selaku variabel Y. *Leverage* merupakan alat perhitungan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar rasio hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecil nominal yang ditampilkan oleh perusahaan terkait rasio hutangnya akan memberikan penilaian dari 2 sisi yang berbeda.

Kedua sisi ini merupakan sudut pandang yang berasal dari pihak kreditur serta manajemen. Adapun penjelasannya yakni sebagai berikut untuk sudut pandang pertama berasal dari sisi pihak kreditur. Jika rasio utang yang dimiliki perusahaan tergolong tinggi atau besar, maka kreditur akan berpikir dua kali untuk meminjamkan dananya kepada perusahaan tersebut. Otomatis hal ini dapat mengakibatkan perusahaan berada di ujung tanduk. Dikarenakan posisi kreditur juga tidak kalah pentingnya seperti investor yang menanamkan modalnya kepada perusahaan.

Keduanya sama-sama memiliki posisi penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Akan tetapi bagi sudut pandang dari pihak manajemen, tinggi atau besarnya nominal rasio hutang yang dimiliki oleh perusahaan dapat dijadikan celah untuk menimalkan beban pajak yang ditanggung. Hal tersebut disebabkan

karena apabila nilai *leverage* meningkat maka dengan kata lain bahwa rasio hutang perusahaan juga akan tergolong tinggi. Tingginya rasio hutang tersebut otomatis mengakibatkan nominal pada ekuitasnya lebih kecil.

Dengan demikian, hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya beban bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan. Pembayaran beban bunga yang tinggi dapat mengakibatkan laba yang dimiliki perusahaan juga akan berkurang. Berkurangnya laba tersebut dapat pula mengakibatkan beban pajak yang ditanggung perusahaan juga akan berkurang atau mengalami penurunan. Oleh karena itu, melihat maraknya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan salah satunya disebabkan oleh faktor yang berasal dari pengungkapan tingginya nilai *leverage* atau rasio hutang.

Adapun berdasarkan rujukan dari definisi yang dipaparkan oleh teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) sesuai dengan 3 faktor pendukung lainnya yakni berupa sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), serta kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) sebagai berikut: perusahaan lebih agresif dalam melakukan tindakan agresivitas pajak disebabkan oleh pertama yakni sikap manajemen yang mendukung dan menganggap bahwa perilaku tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan karena adanya pengurangan dalam membayarkan pajaknya kepada negara dengan cara meningkatkan nilai *leverage* perusahaan.

Kedua yakni adanya desakan pada norma subjektif dalam terbentuknya suatu perilaku pada sebuah organisasi atau perkumpulan atas dasar kepercayaan (*belief*). Ketiga yakni yang terakhir adalah kontrol perilaku persepsian. Seorang individu atau kelompok akan lebih sulit mengontrol tindakannya untuk tidak meningkatkan nilai *leverage* perusahaan yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajaknya jika sikap serta norma subjektif dalam sebuah manajemen perusahaan mendukung atau mewajari adanya perlakuan terhadap tindakan agresivitas pajak.

Penjelasan tersebut juga memiliki ketersinambungan dengan pendefinisian dari teori kekuasaan politik. Kekuasaan dapat dimaknai dengan kekuasaan eksekutif berupa peran atau jabatan yang diemban oleh petinggi dalam sebuah organisasi. Yang dimana jabatan yang diemban tidak lain bertugas untuk menjalankan segala sesuatu aktivitas perusahaan serta diharapkan dapat memberikan keuntungan dikedepannya.

Aktivitas-aktivitas yang dijalankan pun sesuai dengan maksud dan tujuan awal perusahaan itu sendiri. Jika diawal perusahaan sudah memiliki makna yang berbeda terkait dengan membayarkan pajak kepada negara tidak dapat memberikan keuntungan ataupun profit, maka semakin agresif pula adanya aktivitas terkait tindakan agresivitas pajak. Sedangkan untuk bagian politiknya, perusahaan

dapat menggunakan celah dari lemahnya UU terkait perpajakan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Adapun salah satu cara yakni dengan memanfaatkan adanya *deductible expenses*. *Deductible expenses* sendiri bermakna sebagai biaya-biaya yang dapat dihitung untuk mendapatkan pengurangan beban pajak. Pengurangan beban pajak yang dilakukan yakni dapat berupa melalui perhitungan biaya bunga yang ditimbulkan dari adanya hutang. Oleh karena itu, sesuai dengan penjabaran yang dijelaskan secara rinci oleh kedua teori yakni TPB serta kekuasaan politik bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara variabel independen selaku *leverage* (X2) terhadap maraknya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan khususnya pada sektor pertambangan.

#### **4.3.3. Hasil Pembahasan terkait Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Agresivitas Pajak**

Dalam penelitian ini, perhitungan yang digunakan dalam melakukan uji pada variabel ukuran perusahaan yakni dengan Ln dari total aset. Ln sendiri berartian sebagai logaritma natural. Adapun hasil uji yang didapatkan yakni untuk nilai sig sebesar 0,053 yang dimana lebih besar dari 0,05 ( $0,053 > 0,05$ ).

Disisi lainnya perolehan yang dihasilkan pada nilai t hitung sebesar 1,979 yang dimana angka tersebut memiliki makna lebih kecil

dari t tabel sebesar 2,007. Maka dapat ditariknya sebuah kesimpulan bahwasanya pengajuan hipotesis untuk H3 ditolak. Penolakan ini disebabkan karena nilai sig yang diperoleh bernilai lebih besar dari 0,05. Arti lainnya bermakna jika pada variabel X3 selaku ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak.

Hasil serupa yang diungkapkan oleh penelitian terdahulu dari Iqbal & Nastiti (2022) bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak. Ukuran perusahaan merupakan bentuk dari besar serta kecilnya suatu perusahaan yang memiliki 3 jenis pengelompokan diantara lain: pertama perusahaan dengan ukuran atau berskala besar (*big firm*), kedua yakni perusahaan dengan ukuran atau berskala medium (*medium firm*), serta yang terakhir yakni perusahaan dengan ukuran atau berskala kecil (*small firm*).

Ketiga pengelompokan tersebut dapat digolongkan sesuai jenisnya dengan menggunakan proksi perhitungan yakni total aset, total penjualan, nilai saham, dan lain-lain. Penentuan ukuran besar atau kecilnya sebuah perusahaan sangat memiliki keterhubungan dalam menyikapi permasalahan bisnis yang ada serta kemampuan untuk meraih profit dikedepannya. Hal tersebut disebabkan karena semakin besar ukuran yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin banyak pula sumber daya manusia yang turut serta

mengoperasionalkan jalannya aktivitas perusahaan tersebut. Oleh karena itu, semakin luas pula budaya organisasi yang terbentuk didalamnya.

Budaya organisasi disini bermakna suatu kelompok atau perkumpulan yang terbentuk dan saling berkembang dalam sebuah adanya sistem kepercayaan diantara satu dengan yang lainnya (*belief*). Adapun berdasarkan pemaparan dari definisi teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) bahwa rendahnya aktivitas agresivitas pajak terjadi pertama yakni apabila perusahaan menganggap sikap atau niatan untuk melakukan tindakan tersebut dapat memberikan dampak negatif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Kedua, adanya budaya organisasi yang terbentuk atas dasar kepercayaan (*belief*) untuk tidak mewajarkan aktivitas-aktivitas yang dapat menimbulkan kerugian pada perusahaan seperti melakukan agresivitas pajak secara ilegal. Dengan demikian berdasarkan kedua faktor tersebut maka dapat menguranginya atau meminimalisir adanya tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengungkapan tersebut didukung dengan adanya hasil dari penelitian terdahulu yakni Iqbal & Nastiti (2022) berpendapat bahwa variabel ukuran perusahaan tidak dapat dijadikannya sebagai salah satu faktor utama timbulnya agresivitas pajak. Selain itu, dikarenakan tingginya nominal dari total aset dapat digolongkan sebagai jenis

perusahaan yang berskala besar (*big firm*) maka pengeluaran untuk biaya penyusutan atas aset yang dimiliki pun akan tergolong tinggi.

Total aset disini terbagi menjadi 2 jenis yakni aset tetap serta aset tidak tetap. Terjadinya kenaikan pada aset tetap akan berimbas juga terhadap tingginya biaya penyusutan. Apabila adanya kenaikan pada biaya penyusutan aset tetap, maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi berkurangnya laba perusahaan. Berkurangnya laba tersebutlah yang nantinya akan mempengaruhi rendahnya pajak yang ditanggung perusahaan.

Oleh sebab itu, jika beban pajak yang ditanggung perusahaan sudah berkurang, maka tidak ada alasan lain bagi perusahaan untuk berusaha meminimalkan pajaknya lagi dengan melakukan kegiatan agresivitas pajak. Makna lainnya yakni besarnya ukuran perusahaan atau tingginya total aset yang dimiliki perusahaan tidak serta merta menjadikan variabel X3 selaku ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap timbulnya tindakan agresivitas pajak. Alasan tersebut dilatarbelakangi dengan adanya skala perusahaan yang tergolong besar justru malah semakin dijadikannya sorotan perhatian bagi pemerintah dalam penarikan pajaknya relatif yang lebih tinggi karena disesuaikan dengan total aset yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil.

Alih-alih melakukan tindakan agresivitas pajak, manajemen justru lebih memilih berhati-hati untuk melakukan aktivitas yang bisa

mengakibatkan dampak buruk bagi keberlangsungan hidup perusahaan kedepannya karena adanya sorotan tersebut. Hal ini sesuai dengan pemaknaan dari teori kekuasaan politik yakni kemampuan individu maupun kelompok yang memiliki kekuasaan untuk mengatur semua keinginannya agar dijadikan tujuan pencapaian bagi orang yang berada dibawahnya.

Artinya kekuasaan ialah peran atau jabatan yang diemban oleh petinggi yang ada didalam sebuah perusahaan yang bertugas untuk menjalankan segala sesuatu aktivitas operasi perusahaan tersebut agar selalu menampilkan citra yang baik dengan seminimal mungkin seperti tidak melakukan tindakan aktivitas agresivitas pajak secara ilegal. Dari sisi politik, pemerintah memberikan pola permainan yang sangat apik untuk perusahaan terkait perpajakan. Permainan politik yang dibentuk pemerintah terkait pajak yakni adanya Undang-undang yang mengatur mengenai perpajakan.

Yang dimana, penarikan pajak juga disesuaikan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut terjadi tidak lain dan tidak bukan bertujuan untuk menjadikan perusahaan khususnya sektor pertambangan agar lebih royal atau lebih mudah dalam membayarkan pajaknya kepada negara.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini besarnya total aset ataupun ukuran yang dimiliki perusahaan tidak adanya pengaruh terhadap timbulnya tindakan agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena

besar kecilnya ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tidak bisa dijadikan sebagai tolak ukur utama apakah perusahaan tersebut melakukan tindakan agresivitas pajak khususnya bagi sektor pertambangan.

#### **4.3.4. Hasil Pembahasan terkait Pengaruh Insentif Pajak dengan Agresivitas Pajak**

Hasil uji yang diperoleh dalam penelitian ini yakni untuk nilai signifikannya sebesar 0,014. Hal tersebut bermakna adanya pengaruh pada variabel insentif pajak terhadap agresivitas pajak selaku variabel Y. Dikarenakan nilai perolehan signifikannya lebih kecil dari 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ).

Hasil serupa yang diungkapkan oleh penelitian terdahulu yakni Hidayat et al (2018) serta Rombe et al (2017). Keduanya berpendapat yang sama jika adanya pengaruh pada insentif pajak terhadap agresivitas pajak. Selain itu perolehan yang didapatkan dari hasil uji pada variabel insentif pajak yakni untuk t hitungannya sebesar 2,555 lebih besar dari nilai t tabel. Angka t tabel dalam penelitian ini senilai 2,007. Hal ini dimaknai dengan bahwasanya variabel X4 selaku insentif pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak selaku variabel Y. Dengan demikian dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya pengajuan hipotesis H4 diterima.

Perhitungan yang digunakan untuk melakukan uji pada variabel insentif pajak dalam penelitian ini yakni menghitung dengan *tax plan*. Adapun diberikannya insentif pajak kepada perusahaan yakni sebagai salah satu langkah bermain politik yang dibuat pemerintah dengan tujuan agar perusahaan lebih royal lagi dalam membayarkan pajaknya kepada negara. Selain itu, pemberian kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah berupa insentif pajak ini tidak lain bertujuan agar perusahaan lebih mudah lagi dalam melaporkan pajaknya sehingga penerimaan pajak yang didapatkan nanti diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia.

Karena hingga saat ini pun, pajak masih merupakan salah satu pemasukan dana terbesar bagi negara kita. Dari sisi perusahaan, adanya kebijakan berupa insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah ini sangat cukup dapat memberikan keringanan bagi perusahaan dalam hal melakukan pembayaran pajaknya seperti adanya pemberiannya potongan atau penurunan pajak itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan yang mendapatkan pemberian insentif pajak otomatis cenderung memiliki tarif beban pajak yang ditanggung lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mendapatkan kebijakan insentif pajak.

Akan tetapi dengan demikian justru masih saja ada celah bagi manajemen perusahaan untuk terus berusaha menjadikan kebijakan tersebut sebagai salah satu alasan perusahaan bisa meminimalkan

beban pajaknya. Adapun berdasarkan rujukan dari pemaparan yang disampaikan oleh teori TPB (*Theory of Planned Behavior*) yakni bahwa dengan adanya anggapan bahwa pemberian insentif pajak dapat memberikan keringanan bagi perusahaan, maka hal tersebut dapat pula menimbulkan agresifnya aktivitas tindakan agresivitas pajak.

Dikarenakan adanya sikap (*attitude*) yang memihak atau mendukung terhadap terbentuknya suatu perilaku tersebut. Pemaknaan ini bisa dikatakan sebagai apabila semakin tinggi perusahaan melakukan insentif pajak maka hal tersebut mengakibatkan maraknya terjadinya tindakan agresivitas pajak. Bersambung pula dengan penjabaran yang disampaikan oleh teori kekuasaan politik.

Bahwa adanya permainan politik yang dilakukan pemerintah dengan mengeluarkan kebijakan berupa insentif pajak inilah yang nantinya bertujuan agar perusahaan lebih royal lagi dalam melaporkan pajaknya kepada negara. Pemerintah disini sangat memiliki kekuasaan tertinggi dalam bidang politiknya yang dimana untuk mengatur segala hal yang nantinya juga dapat memberikan keuntungan bagi kemajuan perekonomian negara kita. Adapun hal yang diatur pemerintah yakni perusahaan khususnya dalam sektor pertambangan yang dijadikan penarikan pajaknya sebagai salah satu

penerimaan terbesar bagi negara. Namun ternyata pemaknaan tersebut berlawanan dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan.

Kekuasaan dalam perusahaan yakni kekuasaan eksekutif berupa jabatan yang diemban oleh petinggi didalam perusahaan. kekuasaan eksekutif tersebut menganggap bahwa melakukan pembayaran pajak kepada negara justru tidak memberikan profit atau tidak memberikan dampak bagi perusahaan yang dimana hal ini berlawanan dengan tujuan perusahaan didirikan yakni untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya. Oleh karena itu adanya kebijakan berupa insentif pajak ini lagi-lagi dijadikan salah satu alat bagi perusahaan untuk terus melakukan pengurangan terhadap beban pajak yang ditanggung. Dengan demikian pula adanya pemberian insentif pajak yang tinggi, maka semakin agresif pula adanya aktivitas agresitas pajak yang dilakukan perusahaan khususnya pada sektor pertambangan.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Adapun dari hasil yang telah dipaparkan serta dijelaskan pada bab sebelumnya yakni pembahasan bahwasanya peneliti mengungkapkan sebuah penarikan kesimpulan secara parsial sebagai berikut:

1. Variabel X1 selaku CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Adapun hal ini disebabkan karena adanya indikasi apabila semakin tinggi pengungkapan CSR nya maka semakin tinggi pula tindakan aktivitas agresivitas pajak. Indikasi tersebut merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam nominal besar seperti sumbangan, donasi, beasiswa, dan lain-lain yang nantinya akan mengurangi *income* perusahaan. Hal tersebut pula lah yang nantinya akan dapat mengurangi beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan.
2. Variabel X2 selaku *Leverage* dalam penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Adapun hal ini disebabkan karena semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin tinggi pula aktivitas agresivitas pajaknya. Dengan kata lain semakin

tinggi rasio hutang perusahaan maka beban bunganya juga akan bertambah. Bertambahnya beban bunga tersebut dapat mengurangi laba dari perusahaan yang dimana nantinya beban pajak yang ditanggung perusahaan juga akan berkurang.

3. Variabel X3 selaku ukuran perusahaan dalam penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Adapun hal ini mengungkapkan semakin besar aset tetap yang dimiliki perusahaan maka tidak memiliki pengaruh terhadap timbulnya aktivitas agresivitas pajak. Terjadinya kenaikan pada aset tetap akan berimbas juga terhadap tingginya biaya penyusutan. Tingginya biaya penyusutan akan berdampak pada berkurangnya laba perusahaan. Berkurangnya laba inilah yang dapat mengakibatkan rendahnya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan
4. Variabel X4 selaku insentif pajak dalam penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y selaku agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Adapun hal ini karena semakin tinggi pemberian insentif pajak yang diterima perusahaan maka semakin besar pula indikasi adanya tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya celah bagi manajemen perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung. Selain

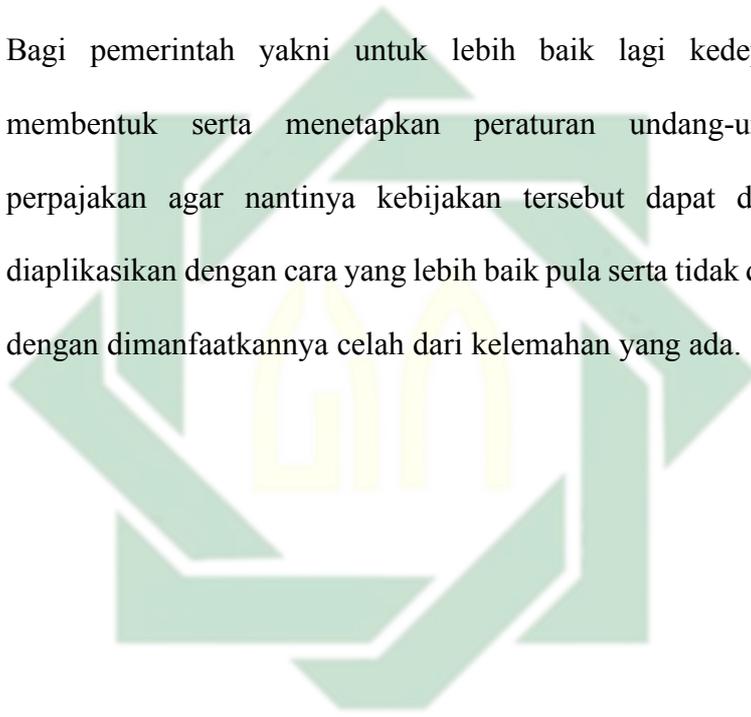
itu, perhitungan total beban pajak yang ditanggung perusahaan juga dipengaruhi oleh adanya insentif pajak dengan digunakannya pengukuran GAAP.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka diberikannya beberapa saran dibawah ini yang nantinya diharapkan untuk dijadikan bahan rujukan serta pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkannya untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti serta menambahkan variabel-variabel independen lain yang diduga memiliki keterkaitan dengan agresivitas pajak. Selain itu bagi penelitian selanjutnya juga dapat meneliti terkait rentang periode yang lebih panjang lagi. Sehingga nantinya dapat mengungkapkan hasil penelitian yang lebih bervariasi.
2. Bagi investor untuk selalu agar lebih teliti dan waspada dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan. Adapun langkah yang tepat yakni dengan cara melakukan analisa mendalam pada laporan keuangan terkait perusahaan yang akan diinvestasikan apakah perusahaan tersebut terhindar dari aktivitas agresivitas pajak yang ilegal. Analisa pada laporan keuangan bisa dilakukan dengan cara menghitung proksi perhitungan terkait CSR, *leverage*, serta *tax plan* seperti yang dilakukan dalam penelitian ini.

3. Bagi perusahaan yakni untuk lebih berhati-hati dalam melakukan aktivitas-aktivitas atau operasi ilegal serta tidak hanya merencanakan keuntungan-keuntungan yang bersifat semu, namun juga harus mempertimbangkan hal-hal yang nantinya akan memberikan dampak buruk bagi keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri.
4. Bagi pemerintah yakni untuk lebih baik lagi kedepannya dalam membentuk serta menetapkan peraturan undang-undang terkait perpajakan agar nantinya kebijakan tersebut dapat dijalankan atau diaplikasikan dengan cara yang lebih baik pula serta tidak disalahgunakan dengan dimanfaatkannya celah dari kelemahan yang ada.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarjati, L. H., Siswoadmojo, S., & Regina, D. "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018". *Fundamental Management Journal*, 6 (1), (2021): 1–19.
- Ayyasy, Y., & Muid, D. "Pengaruh Kinerja Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak". *Diponegoro Journal of Accounting*, 10 (4), (2021): 1–14.
- CNBC, "Dokumen: Google Lakukan Penghindaran Pajak Rp 327 Triliun", dalam <https://www.cnbcindonesia.com>, diakses pada 09 September 2022.
- DDTC News, "Wah, Jadinya Penerima Insentif Pajak Diperluas ke 18 Sektor Usaha", dalam <https://news.ddtc.co.id>, diakses pada 12 September 2022.
- Detik Finance, "Mengenal Soal Penghindaran Pajak yang Dituduhkan ke Adaro", dalam <https://finance.detik.com>, diakses pada 12 September 2022.
- Detik News, "Diduga Gelapkan Pajak Rp 3M, Bos Minyak di Jambi Ditangkap", dalam <https://news.detik.com>, diakses pada 09 September 2022.
- Hidayat, K., Ompusunggu, A. P., & H. Suratno, H. S. "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(2), (2018): 39–58.
- Iqbal, M., & Nastiti, H. "Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Perusahaan Plastik dan Kemasan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2020)". *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(22), (2022):1–13.
- Kariimah, M., & Septiowati, R. "Pengaruh Manajemen Laba Dan Rasio Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak". *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(1), (2019): 017.
- Kemenkeu, "Kebijakan Pajak dalam Menghadapi Pandemi: Mendayung antara Dua Karang", dalam <https://pen.kemenkeu.go.id>, diakses pada 11 Oktober 2022.
- Kim, M., Pennington-Gray, L., & Kim, J. "Corporate social responsibility as a determinant of long-term orientation". *Service Industries Journal*, 40(3–4), (2020): 243–267.

- Kiswara, A. W. P. dan E. "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial, Dimensi-Dimensinya, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak". *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(1), (2019):1–14.
- Kompas, "KPK: 60 Persen Perusahaan Tambang Tak Bayar Pajak dan Royalti", dalam <https://nasional.kompas.com>, diakses pada 09 September 2022.
- Kurniawati, K., & Hafni, D. A. "Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Sektor Industri Kesehatan yang Listing Di BEI Tahun 2016-2019". *Balance: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), (2022): 46.
- Madarina, A., & Ardiyanto, M. D. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak". *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(4), (2019): 1–12.
- Mangoting, Y., Yuliana, O. Y., Valencia, E., & Utomo, C. P. M. "Ownership Structure, Tax Risk, and Tax Avoidance in Indonesia Manufacturing Companies 2016-2020". *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 17(2), (2022): 345.
- Montenegro, T. M. "Tax evasion, corporate social responsibility and national governance: a country-level study". *Sustainability (Switzerland)*, 13(20), (2021).
- Muljadi, C., & Hastuti, M. E. "Tax Amnesty, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak". 17 (2), (2022): 303–320.
- Mustika. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), (2017): 1689–1699.
- Nurchayono, N., & Kristiana, I. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017". *Maksimum*, 9(1), (2019): 12.
- Rombe, A., Rahardjo, H., & Hartanto, S. "Analisis Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2015)". *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 9(2), (2017): 142–161.

- Saputri, A. M., & Kiswara, E. "Pelanggaran Pajak". 8, (2019): 1–14.
- Sekaran, U. "*Research Methods for Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*". Salemba Empat (2011).
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, (2017): 4043-4068.
- Stiawan, H., Ningsih, F. E., & Nurani, S. "Pengaruh Insentif Pajak, Financial Distress, dan Capital Intensity Terhadap Konservatisme Akuntansi". *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*, 3(3), (2022): 510–520.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". PT. Alfabeta (2016).
- Susanto, L., Yanti, Y., & Viriany, V. "Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak". *Jurnal Ekonomi*, 23(1), (2018): 10–19.
- Syairoz, M. I. "Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan". Tidar Media (2019).
- Tribun News, "Netflix Diduga Gelapkan Pajak, Italia Tuntut Bayar Denda 59 Juta Dolar AS", dalam <https://www.tribunnews.com>, diakses pada 09 September 2022.
- Yuliana, I. F., & Wahyudi, D. "Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)". *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 7(2), (2018): 105–120.
- Yusuf, M., Manurung, L., Faisal, A. R., & Murtanto. "Effect of Profitability, Leverage and Capital Intensity on Tax Aggressiveness Moderated Market Performance". *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5 (1), (2022): 2883–2895.