

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY, LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD IHSAN NUR FITRI

210502110057

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY, LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)



Oleh:

MUHAMMAD IHSAN NUR FITRI

210502110057

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *INVENTORY INTENSITY*, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Oleh

Muhammad Ihsan Nur Fitri

NIM : 210502110057

Telah Disetujui Pada Tanggal 14 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

NIP. 197510302023212004

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY, LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD IHSAN NUR FITRI

NIM : 210502110057

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Meldona, MM

NIP. 197707022006042001

2 Anggota Penguji

Sri Andriani, M.Si

NIP. 197503132009122001

3 Sekretaris Penguji

Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

NIP. 197510302023212004

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ihsan Nur Fitri
NIM : 210502110057
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024” adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari pihak lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 17 Juni 2025

Hormat saya,



Muhammad Ihsan Nur Fitri

NIM 210502110057

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al Insyirah : 5-6)

“Without Allah, I’m Nothing. With Allah, I Have Everything”

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Berkat pertolongan dan bimbingan-Nya, berbagai tantangan dalam proses penyusunan karya ilmiah ini dapat dilewati dengan lancar. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang disusun dengan harapan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang yang diteliti. Dalam prosesnya, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran mereka.

Melalui kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berperan dalam memberikan dukungan dan bantuan dalam perjalanan akademik penulis hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA., selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayat S.P., SE., M.Bus., Ak., CA., M.Res., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan serta motivasi dukungan, semangat dan arahan yang diberikan untuk selalu melangkah berani maju kedepan untuk berproses.
5. Seluruh Dosen serta Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

6. Ayah, Ibu, dan keluarga besar yang selalu mendukung, mendo'akan, membimbing, dan memberikan semangat serta motivasi yang luar biasa besarnya dalam menuntut ilmu.
7. Ucapan terima kasih kepada seluruh teman penulis, teman-teman perkuliahan, dan sahabat penulis yang selalu ada membantu penulis dalam keadaan susah dan senang. Terima kasih telah tumbuh bersama dan bahu-membahu selama proses perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah disebutkan sebelumnya. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan mereka dengan pahala yang berlipat ganda. Sebagai penutup, penulis ingin mengucapkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan kata pengantar ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para peneliti yang akan datang dan berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Malang, 17 Juni 2025

Hormat saya,



Muhammad Ihsan Nur Fitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
المخلص	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	20
2.2.2 Agresivitas Pajak	22
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	23
2.2.4 <i>Inventory Intensity</i>	24
2.2.5 <i>Leverage</i>	25
2.2.6 Profitabilitas	26
2.2.7 Pajak Dalam Perspektif Islam	27

2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis	30
2.4.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak	30
2.4.2 Pengaruh <i>Inventory</i> Terhadap Agresivitas Pajak	31
2.4.3 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak	32
2.4.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak	33
2.4.5 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Inventory Intensity</i> , <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas Secara Simultan Terhadap Agresivitas Pajak	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
3.2 Lokasi Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5 Data dan Jenis Data	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	40
3.7.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	40
3.7.1.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	40
3.7.1.2 <i>Inventory Intensity</i>	41
3.7.1.3 <i>Leverage</i>	41
3.7.1.4 Profitabilitas	41
3.7.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	42
3.7.2.1 Agresivitas Pajak	42
3.8 Analisis Data	42
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	43
3.8.2 Analisis Pemilihan Model	44

3.8.3 Analisis Regresi Data Panel	46
3.8.4 Model Estimasi Regresi Data Panel	47
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.6 Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.1.3 Hasil Uji Pemilihan Model.....	55
4.1.4 Analisis Regresi Data Panel	58
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	59
4.1.6 Uji Hipotesis	60
4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	60
4.1.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	62
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak.....	63
4.2.2 Pengaruh <i>Inventory</i> Terhadap Agresivitas Pajak.....	64
4.2.3 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak	66
4.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak.....	68
4.2.5 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Inventory Intensity</i> , <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas Secara Simultan Terhadap Agresivitas Pajak.....	69
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Spesifikasi Sampel	38
Tabel 3.2 Sampel Terpilih Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman	39
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Chow	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Hausman	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Langrange Multiplier	58
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji t)	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Output Eviews 12.....	79
Lampiran 2 Biodata Penulis.....	82
Lampiran 3 Jurnal Bimbingan.....	83
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	84

ABSTRAK

Muhammad Ihsan Nur Fitri, 2025, SKRIPSI. Judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020-2024”

Pembimbing : Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A.

Kata Kunci : Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage*, Profitabilitas

Perusahaan dalam sub sektor makanan dan minuman di Indonesia berpotensi menghasilkan laba besar karena bergerak di bidang kebutuhan pokok. Namun, semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin tinggi pula beban pajak yang harus dibayar. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak guna meminimalkan beban tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility, inventory intensity, leverage*, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak.

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi data panel serta menggunakan Eviews 12 untuk menganalisis data. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2020-2024. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* diperoleh 15 perusahaan sebagai sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak dan *inventory intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kepedulian sosial tinggi serta profitabilitas yang besar cenderung melakukan agresivitas pajak sebagai strategi manajemen pajaknya.

ABSTRACT

Muhammad Ihsan Nur Fitri, 2025, THESIS. Title “The Effect of Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage, and Profitability on Tax Aggressiveness in Food and Beverage Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2020-2024”

Advisor : Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A.

Keywords : Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage, Profitability

Companies in the food and beverage sub-sector in Indonesia have the potential to generate large profits because they are engaged in basic needs. However, the higher the profit earned, the higher the tax burden that must be paid. This encourages companies to take tax aggressiveness actions to minimize these expenses. Therefore, this study aims to examine the effect of corporate social responsibility, inventory intensity, leverage, and profitability on tax aggressiveness.

This study uses a quantitative approach with panel data regression analysis and uses Eviews 12 to analyze the data. The population in this study are food and beverage sub-sector companies listed on the IDX from 2020-2024. By using purposive sampling technique, 15 companies were obtained as samples.

The results showed that partially, corporate social responsibility and profitability variables have a significant positive effect on tax aggressiveness, while leverage has a significant negative effect on tax aggressiveness and inventory intensity has no significant effect on tax aggressiveness. Simultaneously, the four variables affect tax aggressiveness. This finding shows that companies that have high social concern and large profitability tend to carry out tax aggressiveness as their tax management strategy.

المخلص

محمد إحسان نور فطري، 2025، معهد البحوث والدراسات الاستشارية في إندونيسيا. العنوان "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكثافة المخزون، والرافعة المالية، والربحية على العدوانية الضريبية في شركات القطاع الفرعي للأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة إندونيسيا للفترة 2020-2024 المشرف : د. الحاج نينا دوي سيتيانغسيه، ماجستير في العلوم الاجتماعية
الكلمات المفتاحية : العدوانية الضريبية، المسؤولية الاجتماعية للشركات، كثافة المخزون، الرافعة المالية، الربحية

تمتلك الشركات العاملة في القطاع الفرعي للأغذية والمشروبات في إندونيسيا القدرة على تحقيق أرباح كبيرة لأنها تعمل في الاحتياجات الأساسية. ومع ذلك، كلما زادت الأرباح المكتسبة، زاد العبء الضريبي الذي يجب دفعه. وهذا يشجع الشركات على اتخاذ إجراءات ضريبية عدوانية لتقليل هذه النفقات. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات وكثافة المخزون والرافعة المالية والربحية على العدوانية الضريبية
Eviews 12 تستخدم هذه الدراسة نهجًا كميًا مع تحليل انحدار بيانات اللوحة وتستخدم نظام لتحليل البيانات. ويتكون مجتمع هذه الدراسة من شركات القطاع الفرعي للأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة دبي الدولية للأوراق المالية في الفترة من 2020-2024. وباستخدام أسلوب أخذ العينات الانتقائية، تم الحصول على 15 شركة كعينات
أظهرت النتائج أن متغيري المسؤولية الاجتماعية للشركات والربحية لهما تأثير إيجابي كبير على العدوانية الضريبية، في حين أن الرافعة المالية تأثير سلبي كبير على العدوانية الضريبية، وليس لكثافة المخزون تأثير كبير على العدوانية الضريبية. وفي الوقت نفسه، تؤثر المتغيرات الأربعة على العدوانية الضريبية. تُظهر هذه النتيجة أن الشركات التي لديها اهتمام اجتماعي كبير وربحية كبيرة تميل إلى القيام بالعدوانية الضريبية كاستراتيجية لإدارة الضرائب

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbesar keempat di Dunia dengan jumlah penduduk mencapai 279 juta jiwa dan luas wilayah sebesar 1,9 juta kilometer persegi (Akasumbawa *et al.*, 2021). Pertumbuhan populasi di Indonesia cukup pesat, disebabkan oleh tingginya angka kelahiran dan migrasi. Indonesia adalah negara yang memiliki banyak kekayaan alam berlimpah, hal ini didasarkan pada kondisi geografis yang cukup strategis, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang dijadikan lalu lintas dari perekonomian global yang mana ini merupakan sumber utama kekayaan negara. Kondisi ini tentu menguntungkan Indonesia karena dapat meningkatkan kekayaan negara, terutama di bidang pajak.

Salah satu sektor industri yang memiliki peranan penting pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam hal kontribusi penerimaan pajak adalah sektor industri makanan dan minuman (Haryati *et al.*, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,47% secara tahunan pada tahun 2023. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas mencapai 39,10%, dan terhadap PDB nasional sebesar 6,55%. Pada kuartal I/2023 industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang menggembirakan sebesar 5,33%. Produk Domestik Bruto (PDB) dari industri mamin mencapai Rp206,19 triliun, naik 5,33% dari periode sebelumnya yang hanya Rp195,75

triliun. Industri makanan dan minuman menjadi terbesar keempat di antara subsektor industri pengolahan.

Industri makanan dan minuman tampaknya juga menjadi salah satu sektor unggulan dari berbagai macam sektor manufaktur yang ada di Indonesia, hal ini disebabkan industri makanan dan minuman berpotensi dapat menghasilkan laba yang cukup tinggi karena makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok manusia (Anindyka *et al.*, 2018). Semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba, maka beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan juga akan tinggi. Begitupun sebaliknya, jika perusahaan menghasilkan laba yang rendah maka beban pajak yang akan dibayarkan juga akan semakin rendah, sehingga cenderung perusahaan akan melakukan tindakan agresivitas pajak (Setyadi & Ayem, 2019).

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP), pembayaran pajak sebagai iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Menurut Direktorat Jenderal Pajak, pajak sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Penerimaan pajak bisa berasal dari PPh badan atau korporasi dimana PPh korporasi sangat berkontribusi besar dalam menyumbang pendapatan negara (Yuliani & Setyaningsih, 2020).

Berdasarkan informasi yang dikutip dari Kementerian Keuangan, diketahui bahwa sumber penerimaan pendapatan negara Indonesia terbesar adalah kontribusi dari penerimaan pajak, yakni pada tahun 2022 sebesar Rp 1.716,77 triliun atau 65% dari total keseluruhan pendapatan negara sebesar Rp 2.626,4 triliun, tahun 2023 sebesar Rp 1.869,2 triliun atau 65% dari total keseluruhan pendapatan negara sebesar Rp 2.774,3 triliun. Tahun 2024 sebesar Rp 1.932,4 atau 67% dari total keseluruhan pendapatan negara sebesar Rp 2.842,5 triliun rupiah. Penerimaan tersebut digunakan untuk mendukung dan melaksanakan kegiatan pembangunan nasional agar dapat berjalan dengan baik demi mensejahterahkan kehidupan seluruh rakyat Indonesia.

Namun, realitanya upaya yang dilakukan pemerintah untuk memperoleh penerimaan negara melalui pajak masih belum optimal (Andriani, 2021). Salah satu penanda yang dipakai untuk mengevaluasi kinerja penerimaan pajak adalah melalui rasio pajak, yang dimana rasio pajak dihitung melalui perbandingan realisasi jumlah pajak yang berhasil dihimpun DJP dengan Produk Domestik Bruto (PDB) (Dayanara *et al.*, 2020). Berdasarkan data yang diterbitkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) pada laporan *Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2023* bahwa rasio pajak Indonesia hanya menyentuh angka 10,9% yang menyebabkan Indonesia sebagai negara dengan rasio pajak empat tingkat diatas negara terendah dari 33 negara yang dijadikan objek survei oleh OECD (OECD, 2023).

Disisi lain bagi perusahaan, pajak dapat mengurangi laba bersih mereka karena dianggap sebagai beban dan biaya (Lily & Suhardjo, 2022). Karena itu,

perusahaan harus melakukan upaya dan strategi untuk meminimalkan jumlah pajak yang terutang. Untuk perusahaan, pajak dihitung berdasarkan laba bersih dari laporan laba rugi dan keuangan, pendapatan pajak akan meningkat ketika laba bersih perusahaan tinggi, dan sebaliknya (Baringbing, 2021).

Ada perbedaan kepentingan pajak antara pemerintah dan perusahaan, yang memungkinkan badan usaha untuk mengambil tindakan penghindaran pajak untuk mengurangi beban pajak, yang akan menyebabkan mereka bersikap lebih agresif terhadap pajak (Maynardto, 2022). Berdasarkan laporan dari *Tax Justice Network* dalam publikasinya *The State of Tax Justice 2023*, Indonesia mengalami kerugian pajak yang signifikan akibat praktik penghindaran pajak oleh korporasi multinasional. Laporan tersebut memperkirakan kerugian tahunan Indonesia mencapai Rp 40,9 triliun akibat penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tren penghindaran pajak masih tinggi.

Tindakan oportunistik yang dilakukan oleh wajib pajak untuk meminimalkan beban pajak dapat dijelaskan melalui teori keagenan (*agency theory*). *Agency theory* menjelaskan bahwa *principle* dan *agent* memiliki kepentingan yang saling berlawanan (*conflict interest*) (Meckling & Jensen, 1976). Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk meminimalkan beban pajaknya adalah dengan menggunakan strategi pajak agresif (Rusli, 2021).

Agresivitas pajak sendiri dalam ranah manajemen pajak menunjukkan reaksi terkait keterlibatan transaksi yang diperhitungkan guna meminimalkan beban pajak. Tingkat penghematan pajak yang dicapai berfungsi sebagai tolak ukur langsung dari agresivitas pajak perusahaan. Dalam penelitian yang

dilakukan oleh Sejati & Prasetianingrum (2019) mengaitkan agresivitas pajak dengan berkurangnya transparansi dalam pelaporan keuangan. Praktik ini mencakup manipulasi legal atas penghasilan kena pajak melalui manajemen pajak, yang dikenal sebagai *tax avoidance*, atau penghindaran pajak secara legal. Sampai saat ini, masih terdapat perdebatan mengenai apakah perusahaan besar di Indonesia agresif terhadap pajak, selain itu wajib pajak telah mencoba menerapkan agresivitas pajak dengan beragam strategi (Erawati & Sularso, 2022).

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan agresivitas pajak dapat dikaitkan dengan teori agensi yang menjelaskan bahwa perbedaan kepentingan dapat terjadi karena adanya pemberian tanggung jawab dari *principal* dan *agent* (Rochayatun, 2016). *Agent* diberi tanggung jawab dari *principal* tentunya dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi informasi pengungkapan pajaknya. *Agent* berusaha memaksimalkan kinerja guna dapat mengurangi beban pajaknya melalui pengungkapan CSR, sebab semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR, maka semakin tinggi agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, hal tersebut dilakukan agar seolah-olah perusahaan telah memenuhi kewajibannya (Oktris *et al.*, 2021). Menurut Ibrahim *et al.*, (2015), pengungkapan CSR berpengaruh pada pengeluaran dana perusahaan yang mengurangi laba sehingga tingkat profit perusahaan akan turun.

Meskipun pelaksanaan kegiatan CSR dapat mengurangi laba perusahaan, hal tersebut dimaknai sebagai investasi yang memberikan manfaat dalam jangka panjang yakni citra perusahaan akan semakin baik yang mampu

meningkatkan loyalitas konsumen seiring dengan peningkatan nilai perusahaan (Rahayu & Kartika, 2021). Selain itu, beberapa perusahaan melaksanakan kegiatan CSR sebagai alternatif untuk menghindari pajak (Ningrum *et al.*, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Istianto & Muji (2020) dan Nur Hajijah *et al.*, (2022) telah menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak, bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin tinggi pula agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Namun menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohanadas *et al.*, (2020) dan Budiantara *et al.*, (2021) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan agresivitas pajak.

Selain pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi meminimalkan beban pajak, agresivitas pajak juga dipengaruhi oleh *inventory intensity*. *Inventory intensity* merupakan bagian dari *capital intensity* yang merupakan rasio aktivitas investasi yang dilakukan perusahaan dalam bentuk persediaan. *Inventory intensity* merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar persediaan diinvestasikan pada perusahaan (Maulana *et al.*, 2022).

Tingginya persediaan mendorong suatu perusahaan cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak, apabila persediaan yang dimiliki perusahaan tinggi maka beban yang dikeluarkan untuk mengatur persediaan juga akan tinggi (Arizoni *et al.*, 2020). Banyak penelitian telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai pengaruh *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak dengan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Efrinal & Chandra

(2021) dan Maulana *et al.*, (2022) menunjukkan hasil bahwa *inventory intensity* berpengaruh pada agresivitas pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andhari & Sukartha (2017) dan Susanti & Satyawan (2020) menunjukkan hasil bahwa *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Selain variabel di atas, terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak yaitu *leverage*, jumlah utang yang dimiliki perusahaan untuk pembiayaan dan dapat mengukur besarnya aktiva yang dibiayai utang. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mengindikasikan perusahaan tersebut bergantung pada pinjaman luar atau utang, sedangkan perusahaan dengan *leverage* rendah dapat membiayai asetnya dengan modal sendiri (Simamora & Rahayu, 2020). Biasanya perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan menjelaskan informasi secara detail dalam laporan keuangan sebagai cara untuk menghindari biaya pengawasan oleh investor dibandingkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah (Anindyka *et al.*, 2018).

Dalam penelitian ini *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), dimana DER merupakan proksi yang digunakan untuk mengukur jumlah aset yang dibiayai oleh total hutang perusahaan (Anggraeni *et al.*, 2023). Hasil penelitian terdahulu yang menyatakan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak yaitu Pangesti *et al.*, (2021) dan Liani & Saifudin (2020), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gangga & Wahyudin (2023) dan Purba & Kuncahyo (2020) menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Selain itu, agresivitas pajak juga dapat dipengaruhi oleh profitabilitas. Menurut Lily & Suhardjo (2022) profitabilitas merupakan faktor penentu

beban pajak, karena perusahaan dengan laba yang lebih besar akan membayar pajak yang lebih besar pula. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat laba yang rendah, maka akan membayar pajak yang lebih rendah atau bahkan tidak membayar pajak jika mengalami kerugian.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA), dimana ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam upaya menghasilkan suatu keuntungan dengan menunjukkan tingkat keefektifan suatu perusahaan dalam mengelola keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan (Simamora & Rahayu, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni *et al.*, (2023) dan Syalsabilla & Wafa (2024) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2017) dan Rahayu & Kartika (2021) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Soelistiono & Adi (2022), yang meneliti pengaruh *Leverage*, *Capital Intensity*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Capital Intensity* terhadap agresivitas pajak yang diukur dengan CETR, sedangkan *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah, *pertama*, dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel *Inventory Intensity*.

Inventory Intensity adalah besarnya pengukuran persediaan yang di investasikan oleh perusahaan. Perusahaan dengan investasi persediaan di gudang akan menyebabkan berkurangnya laba perusahaan. Hal tersebut membuat perusahaan semakin agresif dalam membayar kewajiban pajaknya (Andhari & Sukartha, 2017).

Kedua yaitu dalam penelitian ini juga menambahkan variabel Profitabilitas dengan alasan bahwa Profitabilitas di prediksi mempengaruhi tindakan Agresivitas Pajak. Yang mana Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, dan profitabilitas juga merupakan faktor penentu beban pajak. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang besar juga harus siap dengan pajak yang harus dibayarkan sesuai dengan kewajibannya. Sesuai dengan penelitian Rodriguez & Arias (2012) yang menyebutkan bahwa ada hubungan positif antara profitabilitas dengan ETR.

Ketiga yaitu alat ukur yang di gunakan pada penelitian sebelumnya yaitu CETR yang membandingkan jumlah pembayaran pajak dengan laba sebelum pajak, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan alat ukur ETR yang mengukur perbandingan beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak yang diharapkan dapat memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai beban pajak yang akan berdampak pada laba akuntansi yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan.

Keempat yaitu penelitian ini di lakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia subsektor makanan dan minuman sepanjang tahun 2020 - 2024. Alasan pemilihan perusahaan subsektor makanan dan minuman

dikarenakan industri subsektor makanan dan minuman berpotensi dapat menghasilkan laba yang cukup tinggi karena makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok manusia (Anindyka *et al.*, 2018). Semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba, maka beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan juga akan tinggi, sehingga perusahaan akan cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak (Setyadi & Ayem, 2019).

Berdasarkan dari fenomena di atas, sehingga penelitian ini menarik apabila dilakukan kembali untuk mengevaluasi variabel – variabel yang mempengaruhi agresivitas pajak, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020-2024”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024?
2. Apakah terdapat pengaruh *Inventory Intensity* secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024?
3. Apakah terdapat pengaruh *Leverage* secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024?

4. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024?
5. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, *Leverage* dan Profitabilitas secara simultan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Inventory Intensity* secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024.
4. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas secara parsial terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, *Leverage* dan Profitabilitas secara simultan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperluas pengetahuan dan memberikan wawasan baru terkait topik penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan mengenai faktor yang memengaruhi agresivitas pajak khususnya di subsektor makanan dan minuman. Selain itu, dapat dijadikan sebagai referensi untuk bahan pertimbangan dalam penelitian lanjutan mengenai topik penelitian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terkait *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas, serta memberikan motivasi bagi peneliti untuk lebih bertanggung jawab serta lebih berhati-hati dalam bekerja khususnya di bidang perpajakan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif terlebih lagi dalam hal tanggung jawab terhadap pemerintah, masyarakat, dan juga karyawan perusahaan seperti membayar pajak dengan semestinya.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel di bawah ini merupakan beberapa penelitian terdahulu terkait pengaruh *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Savina Swari Arizoni, Vince Ratnawati, dan Andreas (2020) Pengaruh Manajemen Laba Akrual, Manajemen Laba Riil, dan <i>Inventory Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak : Peran Moderasi <i>Foreign Operation</i>	Variabel Independen (X) : Pengaruh Manajemen Laba Akrual, Manajemen Laba Riil, dan <i>Inventory Intensity</i> Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak Variabel Moderasi (Z) : <i>Foreign Operation</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Analisis : <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen laba akrual, manajemen laba riil, <i>inventory intensity</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Foreign operation</i> mampu memoderasi pengaruh manajemen laba akrual, manajemen laba riil, dan <i>inventory intensity</i> terhadap agresivitas pajak

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
2	<p>Agnes Maulina Simamora dan Sri Rahayu (2020)</p> <p>Pengaruh <i>Capital Intensity</i>, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 – 2018)</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Capital Intensity</i>, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i></p> <p>Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak</p>	<p>Analisis Regresi Data Panel</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Capital intensity</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas • Secara simultan, menunjukkan bahwa <i>capital intensity</i>, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak
3	<p>Lin Oktris, Mela Kresnawati, dan Hadri Mulya (2021)</p> <p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>, Profitabilitas, <i>Leverage</i>,</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Corporate Social Responsibility</i>, Profitabilitas, <i>Leverage</i>, dan <i>Capital Intensity</i></p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap agresivitas pajak

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
	dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Capital intensity</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
4	Ulfa Rahayu dan Andi Kartika (2021) Pengaruh Profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Capital Intensity</i> , Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel Independent (X) : Profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Capital Intensity</i> , Ukuran Perusahaan Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Analisis : <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas, <i>Corporate social responsibility</i>, <i>Capital intensity</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak
5	Taufiq Maulana, Adriyanti Agustina Putri, dan Evi Marlina (2022) Pengaruh <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory Intensity</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel Independent (X) : <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory Intensity</i> dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linear Berganda	Analisis Hasil : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Capital intensity</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Inventory intensity</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
6	<p>Doni Mawardiana, Siti Nuke Nurfatimah, dan Dadang Suhendar (2023)</p> <p>Pengaruh <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan</p> <p>Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak</p> <p>Variabel Moderasi (Z) : <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak • Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak • <i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap agresivitas pajak, akan tetapi mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak
7	<p>Annisa Fitri Anggraeni, Deden Komar Priatna, Winna Roswinna,</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Leverage</i> dan Profitabilitas</p>	<p>Analisis Regresi Data Panel</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
	<p>Novita Ayu Latifah, dan Roby Ahada (2023)</p> <p>Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Bank Umum Konvensional di BEI</p>	<p>Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak</p>		<p>agresivitas pajak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak
8	<p>Suryadi dan Tomi Riyadi (2023)</p> <p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak dan <i>Capital Intensity</i> Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Industrial Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2021)</p>	<p>Variabel Independen (X) : <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Komisaris Independen</p> <p>Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak</p> <p>Variabel Moderasi (Z) : <i>Capital Intensity</i></p>	<p>Analisis Regresi Data Panel</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara simultan <i>corporate social responsibility</i> dan komisaris independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak • Secara parsial <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
				<ul style="list-style-type: none"> • <i>Capital intensity</i> dapat memoderasi pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap agresivitas pajak, sementara <i>capital intensity</i> tidak dapat memoderasi pengaruh komisaris independen terhadap agresivitas pajak
9	<p>Bernica Syalsabilla dan Zaenal Wafa (2024)</p> <p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Financial Distress</i>, dan Karakteristik Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di</p>	<p>Variabel Independen (X) : Profitabilitas, <i>Financial Distress</i>, dan Karakteristik Eksekutif</p> <p>Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak</p>	Analisis Regresi Linear Berganda	<p>Hasil Analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak • <i>Financial distress</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • Karakteristik eksekutif berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Tabel 2.1 (Lanjutan) Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
	Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023)			agresivitas pajak
10	Kadek Diviariesty, Ni Kadek Ayu Mitha Cahyani (2024) Pengaruh <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory Intensity</i> , Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Agresivitas Pajak	Variabel Independen (X) : <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory Intensity</i> , Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen (Y) : Agresivitas Pajak	Analisis Regresi Linier Berganda	Analisis Hasil : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Inventory Intensity</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak • <i>Capital intensity</i> berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak • Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

Sumber : Data sekunder diolah, 2025

Penelitian yang dilakukan oleh Andhari & Sukartha (2017) tentang pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, *inventory intensity*, *capital intensity* dan *leverage* pada agresivitas pajak menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, *capital intensity*, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Namun, *inventory intensity* tidak ditemukan pengaruh terhadap agresivitas

pajak. Persamaan penelitian Simamora & Rahayu (2020); Anggraeni *et al.*, (2023); dan Diviariesty & Cahyani (2024) dengan penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas dan *leverage*, dan variabel dependen agresivitas pajak. Sedangkan, perbedaannya adalah penelitian ini terdapat variabel lainnya yaitu CSR dan *inventory intensity*, dan objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman.

Adapun penelitian oleh Maulana *et al.*, (2022) tentang pengaruh *capital intensity*, *inventory intensity* dan *leverage* terhadap agresivitas pajak mendapatkan hasil bahwa *capital intensity*, *inventory intensity*, dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Persamaan penelitian Maulana *et al.*, (2022); dan Arizoni *et al.*, (2020) dengan penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan adalah *inventory intensity*, variabel dependen menggunakan agresivitas pajak. Sedangkan, perbedaannya adalah penelitian ini terdapat variabel independen lainnya yaitu CSR, serta objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman.

Penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak telah dilakukan oleh Oktris *et al.*, (2021); Rahayu & Kartika (2021); Riyadi *et al.*, (2023). Sedangkan, perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu *inventory intensity*, *leverage* dan profitabilitas, dan objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency theory merupakan suatu teori yang memberikan gambaran hubungan antara *principal* sebagai pihak pemilik dan *agent* sebagai pihak

manajemen perusahaan. *Principal* sebagai pemilik modal mempunyai akses pada informasi internal perusahaan, sedangkan *agent* sebagai pelaku yang menjalankan operasional perusahaan yang memiliki informasi mengenai operasi dan kinerja perusahaan secara nyata dan menyeluruh. Hubungan antara *agent* dan *principal* didasari karena adanya suatu kontrak, dimana *principal* memilih *agent* untuk memberikan wewenang dalam pembuatan keputusan dan menjalankan tugasnya demi kepentingan *principal* (Maulana *et al.*, 2022).

Menurut Meckling & Jensen (1976) kedua pihak tersebut memiliki kepentingan yang saling bertentangan, sehingga muncul konflik kepentingan (*agency conflict*). *Agency conflict* timbul akibat adanya asimetri informasi antara pemilik, dan manajer perusahaan di mana tujuan individu cenderung selalu diprioritaskan oleh manajer daripada tujuan perusahaan. Dengan adanya wewenang yang diberikan oleh pemegang saham kepada manajer, maka aktiva dari entitas dikelola oleh manajer sehingga manajer memiliki kesempatan untuk melakukan transaksi hubungan istimewa untuk melakukan manajemen pajak (Saraswati & Sujana, 2017). Sebagai pengelola perusahaan, manajer memiliki akses atas segala informasi terkait perusahaan. Artinya manajer sebagai *agent* mengetahui kondisi sesungguhnya suatu perusahaan. Sedangkan pemilik perusahaan atau pemegang saham sebagai *principal* bila dibandingkan dengan manajer hanya memiliki sedikit informasi terkait perusahaan karena keterbatasan dalam mengakses informasi perusahaan.

Dalam konteks agresivitas pajak, teori ini digunakan untuk menjelaskan perbedaan kepentingan yang dimiliki antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen). Manajemen memiliki kepentingan untuk melakukan manajemen laba perusahaan yang nantinya dapat mengurangi utang pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Namun perilaku yang dilakukan oleh manajemen, dapat mengakibatkan bias informasi kepada pemegang saham. Perilaku tersebut tentunya dapat mengurangi unsur penilaian investor terhadap perusahaan.

2.2.2 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang direncanakan melalui tindakan perencanaan pajak baik menggunakan cara legal (*tax avoidance*) maupun dengan cara ilegal (*tax evasion*) (Rohmansyah *et al.*, 2021). Agresivitas pajak merupakan elemen kunci dalam ranah strategi manajemen pajak, terutama dalam konteks inisiatif perencanaan pajak, dimana perusahaan mengelola laba untuk menghindari pajak, sehingga mengurangi penerimaan pajak perusahaan, sehingga pajak yang dibayarkan menjadi lebih sedikit. Tujuannya adalah untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan (Arifin & Rahmawati, 2022). Perusahaan melakukan tindakan-tindakan ini dalam rangka mengurangi kewajiban pajaknya melalui perencanaan pajak strategis, sebuah upaya yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Diandra & Hidayat, 2020).

Menurut Goh & Erika (2022) dalam bukunya dengan judul Monograf Kinerja Keuangan Perusahaan dan Agresivitas Pajak menyebutkan bahwa agresivitas pajak merupakan struktur perencanaan pajak yang agresif dan tidak dapat mewakili pilihan netral dari iuran pajak melainkan upaya sengaja untuk merendahkan kontribusi terhadap kepentingan umum. Agresivitas pajak merupakan elemen kunci dalam ranah strategi manajemen pajak, terutama dalam konteks inisiatif perencanaan pajak, dimana perusahaan mengelola laba untuk menghindari pajak, sehingga mengurangi penerimaan pajak perusahaan, sehingga pajak yang dibayarkan menjadi lebih sedikit.

Agresivitas pajak disebut pajak manipulasi penghasilan kena pajak dengan merencanakan pajak, misalnya perencanaan atau memperbaiki kewajiban pajak untuk dilaporkan (Leksono *et al.*, 2019). Menurut Lanis & Richardson (2012) agresivitas pajak dihitung dengan menggunakan *effective tax rate* (ETR). Apabila perusahaan memiliki nilai ETR yang rendah akan menunjukkan bahwa beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Sehingga dapat diartikan bahwa perusahaan yang memiliki ETR rendah menunjukkan bahwa perusahaan tersebut semakin agresif terhadap pajaknya (Hidayat & Fitria, 2018).

2.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi atau nilai perusahaan saja, tetapi juga berpijak pada *triple*

bottom line yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan (Nurlela, 2019)

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) bahwa *corporate social responsibility* adalah bentuk keterlibatan perusahaan dalam proses pembangunan di bidang ekonomi secara terus menerus yang dilakukan melalui bawahannya dalam upaya meningkatkan taraf kehidupan dengan cara yang dapat berkontribusi pada lingkungan di sekitarnya (Anatan, 2010). Berdasarkan Standar *Global Reporting Initiative* (GRI), pengungkapan *corporate social responsibility* adalah upaya yang dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menetapkan sasaran, menilai kinerja, dan mengelola perubahan yang disebabkan oleh kondisi ekonomi global yang berkelanjutan. Hal ini dapat dicapai dengan menggabungkan keuntungan jangka panjang, tugas dan tanggung jawab, serta perhatian terhadap lingkungan. Dalam suatu perusahaan *corporate social responsibility* berlaku untuk para pemangku kepentingan, termasuk pegawai, pelanggan, pemasok, investor, pemerintah, dan juga pesaing (Budiharjo *et al.*, 2022).

2.2.4 Inventory Intensity

Inventory intensity merupakan besaran persediaan yang dimiliki perusahaan yang masuk dalam komponen aktiva digunakan untuk kegiatan operasional sehingga perusahaan mendapatkan laba (Pinareswati & Mildawati, 2020). Menurut Suhendi (2023) *inventory intensity* merupakan salah satu bagian yang harus diperhatikan karena dapat memberikan informasi seberapa besar investasi persediaan yang

dipergunakan oleh perusahaan dalam mendukung operasinya. Sedangkan menurut Pangestu & Herijawati (2023) *inventory intensity* juga diartikan sebagai bagian dari aset yang dimiliki oleh perusahaan yang didapatkan oleh jumlah persediaan dengan total keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.

Inventory intensity merupakan suatu ukuran seberapa besar persediaan yang diinvestasikan oleh perusahaan, jika persediaan yang dimiliki perusahaan tinggi maka beban yang dikeluarkan untuk mengatur persediaan juga akan tinggi (Anindyka *et al.*, 2018). Menurut Andhari & Sukartha (2017) perusahaan yang berinvestasi pada persediaan di gudang akan menyebabkan timbulnya biaya penyimpanan dan biaya pemeliharaan yang akan menyebabkan beban meningkat yang secara otomatis dapat menurunkan jumlah laba perusahaan. Jika laba perusahaan menurun dengan intensitas persediaan yang tinggi perusahaan akan lebih agresif terhadap tingkat beban pajak yang diterima.

2.2.5 Leverage

Rasio *leverage* ini dapat digunakan untuk menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (Mahlia *et al.*, 2020). Menurut Andhari & Sukartha (2017) menyatakan bahwa *leverage* dihitung dari total hutang jangka panjang dibagi dengan total aset yang tujuannya adalah menggambarkan struktur modal perusahaan dan menangkap keputusan pembiayaan perusahaan. *Leverage* dan agresivitas pajak mengacu pada hubungan antara tingkat

leverage perusahaan (rasio hutang terhadap ekuitas) dan tingkat agresivitas dalam membayar pajak. Ketika tingkat *leverage* perusahaan rendah itu akan membuat perusahaan lebih sedikit agresif dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

Kebijakan pendanaan yang mengindikasikan perusahaan melakukan agresivitas pajak yaitu *leverage*. Menurut (Dewi & Noviari, 2017) *leverage* merupakan tingkat hutang yang digunakan perusahaan dalam melakukan pembiayaan. *Leverage* dapat dikatakan sebagai penaksir risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, semakin besar tingkat *leverage* maka risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* rendah memiliki risiko *leverage* yang rendah pula (Handayani & Mildawati, 2018).

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan (Dayanara *et al.*, 2020). Hendarwati & Syarifudin (2021) mendefinisikan profitabilitas sebagai indikator penting dari kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui pengelolaan dan pemanfaatan aset secara strategis, sebuah konsep yang biasa disebut dengan *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam upaya menghasilkan suatu keuntungan dengan menunjukkan tingkat keefektifan suatu perusahaan dalam

mengelola keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan.

Melalui tingkat *Return On Asset* (ROA), pihak investor akan melihat seberapa efektifnya perusahaan mengelola asetnya. Tingkat *Return On Asset* (ROA) yang semakin tinggi dihasilkan oleh suatu perusahaan maka akan memberikan dampak pada nilai saham dan dapat meningkatkan laba dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai laba, maka akan semakin tinggi pula beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan (Handayani & Mildawati, 2018).

2.2.7 Pajak dalam Perspektif Islam

Secara etimologi, dalam bahasa arab pajak disebut dengan istilah *dharibah* yang asalnya dari kata ضرب artinya yang memiliki makna seperti mewajibkan, menetapkan, menentukan, memukul, menjelaskan atau membebaskan, dan sebagainya (Muhammad Fikri & Husni Thamrin, 2021). Secara bahasa maupun tradisi, *dharibah* memang memiliki berbagai makna dalam penggunaannya, namun para ulama menggunakan istilah ini untuk merujuk pada pembayaran harta yang dipungut sebagai suatu kewajiban. Hal ini terlihat pada istilah *dharibah* yang digunakan untuk menggambarkan pemungutan *jizyah* dan *kharaj*, yang berarti pemungutan secara wajib. Beberapa ulama bahkan menyebut *kharaj* sebagai *dharibah* (Surahman & Ilahi, 2017).

Dalam Al-Quran pada surat At-Taubah ayat 29 juga menjelaskan tentang pajak (*jizyah*) yang berbunyi sebagai berikut:

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

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

Pada ayat tersebut, bisa disimpulkan bahwa setiap orang yang beriman kepada Allah SWT dianjurkan untuk mengeluarkan sebagian harta yang dimiliki berbentuk zakat. Berdasarkan alasan tersebut, maka sah-sah saja umat islam mempunyai dua kewajiban, seperti kewajiban membayar pajak dan kewajiban membayar zakat (Surahman & Ilahi, 2017). Menurut Az-Zuhaili & Ibnu (1998) konsep pajak telah *include* dan diakomodir dalam syariah Islam terkhusus masalah *jizyah* dalam ayat al-Qur’an. Sebab perintah adanya *jizyah* ini untuk menguatkan kebutuhan negara dari dukungan masyarakat terkait pemeliharaan dan pembangunan.

Dalam menjelaskan perihal *jizyah* dan *kharaj*, al-Qurtubi juga menjelaskan bahwa raja (pemerintah) memiliki kewajiban memberikan perlindungan dan menjalankan pembangunan dengan biaya dapat diambil dari rakyat. Pelaksanaan tugas tersebut didasarkan pada tiga syarat, yaitu tidak mendahulukan kepentingan pribadi, memprioritaskan

anggota masyarakat yang membutuhkan, berpijak pada persamaan dan berkeadilan dalam pelaksanaannya (Al-Qurtubi, 1964).

Selain itu, terdapat Hadist yang diriwayatkan oleh Fatimah binti Qais yang telah mendengar Rasulullah SAW bersabda:

إن في المال لحفا سوى الزكاة

Artinya: “*Sesungguhnya pada harta ada kewajiban/hak (untuk dikeluarkan) selain zakat.*” (HR Tirmidzi dari Fathimah binti Qais RA)

Dengan adanya hadist tersebut menandakan bahwa pemerintah diperbolehkan dalam hal penarikan sebagian harta yang dimiliki oleh penduduknya dalam hal ini berupa pajak. Dalam sudut pandangan Islam, mengambil harta orang lain tidak bolehkan jika dengan cara yang batil. Sebab, melindungi harta orang lain adalah sama kedudukannya dengan melindungi nyawa sang pemiliknya. Berdasarkan landasan ayat al-Qur’an dan hadis Nabi Muhammad SAW tersebut, pengambilan kewajiban pajak dilakukan untuk keperluan bersama. Pemerintah dalam hal ini sebagai pelaksana akan kewajiban tersebut. Menurut al-Qaradawi (2014) mensyaratkan kebolehan mengambil harta dari rakyat sebagai pemenuhan pembayaran pajak dengan syarat ada landasan nasnya dan sesuai peruntukannya.

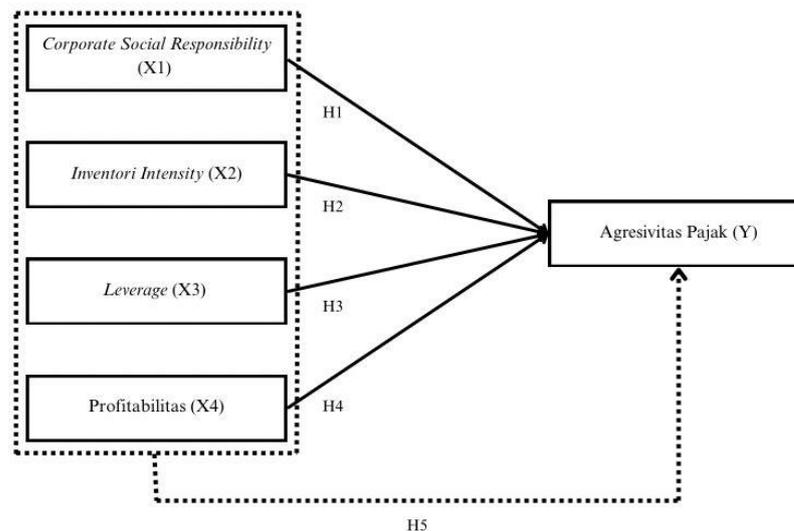
Berdasarkan pandangan tersebut, pungutan pajak kepada rakyat bisa dibenarkan manakala tidak bertentangan dengan syariat Islam dan terdapat ketentuan di dalamnya. Item pertama ini tidak diragukan bahwa al-Qur’an dan Hadis Nabi SAW telah mencantumkan perihal pajak ini dengan tujuan sebagai sumbangsih dan keikutsertaan masyarakat dalam

pembangunan. Adapun item kedua, yakni hasil pungutan pajak mesti disalurkan sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan peruntukannya. Problem yang seringkali muncul adalah ketidakjujuran pengelolaannya.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka peneliti membuat gambaran mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dalam kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan :

———— = Pengaruh secara parsial

..... = Pengaruh secara simultan

2.4 Hipotesis

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

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan agresivitas pajak dapat dikaitkan dengan teori agensi yang menjelaskan

bahwa perbedaan kepentingan dapat terjadi karena adanya pemberian tanggung jawab dari *principal* dan *agent*. *Agent* diberi tanggung jawab dari *principal* tentunya dapat memainkan peran penting dalam mempengaruhi informasi pengungkapan pajaknya. *Agent* berusaha memaksimalkan kinerja guna dapat mengurangi beban pajaknya melalui pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR dapat menyediakan asuransi perlindungan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi risiko yang terkait dengan reputasi perusahaan dalam hal-hal yang dapat merugikan perusahaan yaitu agresivitas pajak (Issah & Rodrigues, 2021). Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR dapat digunakan sebagai pengurang untuk jumlah hutang pajak. Nilai CSR yang semakin tinggi mengidentifikasikan semakin tinggi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan karena perusahaan memanfaatkan beban CSR agar penghasilan kena pajak berkurang. Penjelasan tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Suryarini (2022) dan Hanum & Faradila (2023) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:

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

2.4.2 Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Dalam konteks *inventory intensity*, aset persediaan merupakan salah satu akun neraca yang cenderung kurang transparan dan mudah dimanipulasi. *Agent* memiliki ruang untuk menyusun kebijakan akuntansi yang secara sah dapat menurunkan laba kena pajak, misalnya

dengan menaikkan biaya HPP atau menunda pengakuan pendapatan, yang pada akhirnya menurunkan besaran pajak terutang. Oleh karena itu, perusahaan dengan proporsi persediaan yang tinggi memberikan lebih banyak celah bagi *agent* untuk bertindak secara oportunistik. Tingginya *inventory intensity* juga dapat menunjukkan kompleksitas operasional perusahaan, yang menyebabkan pengawasan dari *principal* menjadi lebih lemah, terutama jika informasi asimetris tinggi.

Teori keagenan menyatakan bahwa ketidakseimbangan informasi antara *principal* dan *agent* dapat mendorong *agent* untuk mengambil tindakan yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kepentingan pemilik perusahaan, seperti agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Arizoni *et al.*, (2020) dan Yuliana & Wahyudi (2018) memiliki hasil penelitian bahwa *inventory intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:

H2: *Inventory intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

2.4.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar beban hutang yang harus ditanggung perusahaan dalam rangka pemenuhan asset. Pada peraturan perpajakan, yaitu pasal 6 ayat 1 huruf a angka 3 UU No. 36 tahun 2008 tentang PPh, bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak. Beban bunga yang bersifat *deductible expense* akan menyebabkan laba kena pajak perusahaan berkurang. Semakin

besar hutang maka bunga juga semakin besar dan semakin berkurang pula pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Sehingga Perusahaan yang memiliki hutang yang besar maka perusahaan tersebut tidak agresif terhadap pajak. Sebaliknya jika perusahaan memiliki hutang yang kecil maka perusahaan tersebut agresif terhadap pajak.

Berkaitan dengan teori agensi, perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah maka akan berdampak pada perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut memiliki hutang yang kecil sehingga memiliki beban bunga kecil, dengan bunga yang kecil maka tidak terlalu berdampak pada laba yang tinggi sehingga beban pajak juga tinggi. Perusahaan yang tujuan utamanya memaksimalkan keuntungan maka akan berusaha meminimalisir pengeluaran termasuk pembayaran pajak dengan melakukan tindakan agresivitas pajak, maka hal tersebut bertentangan dengan harapan pemerintah supaya perusahaan melakukan kewajiban perpajakan sesuai dengan aturan. Penelitian yang dilakukan oleh Dharmayanti (2019) dan Kartika & Nurhayati (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:

H3: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

2.4.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Teori keagenan memacu agen untuk memperbesar laba perusahaan, sehingga meningkatkan kewajiban pajak penghasilan dalam bentuk

barang, sejalan dengan pertumbuhan pendapatan perusahaan dan kecenderungan perusahaan untuk mengejar strategi mitigasi pajak (Fionasari, 2020). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan semakin efektif dalam mengelola sumber daya, termasuk investasi, aset dan sebagainya. Meminimalkan pajak sangat penting untuk mempertahankan laba perusahaan yang tinggi, karena kewajiban pajak terkait langsung dengan laba yang diperoleh (Krisnugraha *et al.*, 2022). Profitabilitas perusahaan yang meningkat sering kali berkorelasi dengan kewajiban pajak yang lebih tinggi, sehingga mendorong kecenderungan dalam menerapkan agresivitas pajak. Ketika laba perusahaan melonjak, begitu pula beban pajak. Perusahaan, didorong oleh keinginan untuk mendapatkan laba maksimum dan meminimalkan kewajiban pajak, menggunakan praktik-praktik agresif pajak untuk meringankan kewajiban pajak yang tinggi sambil mempertahankan laba yang besar. Penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara profitabilitas dan agresivitas pajak, seperti yang diuraikan oleh Krisnugraha *et al.*, (2022); Erlina (2021); dan Rahman (2021) yang menegaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:

H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

2.4.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Inventory Intensity*, *Leverage* dan Profitabilitas Secara Simultan Terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Social Responsibility (CSR), kelangsungan hidup suatu perusahaan tidak hanya dilihat melalui peningkatan profitabilitas perusahaan, tetapi juga dari aspek tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial dan masyarakat. CSR dan agresivitas pajak merupakan masalah yang menarik pada banyak literature akademik bidang akuntansi. CSR dapat berpotensi untuk memengaruhi tingkat agresivitas pajak pada bagaimana suatu perusahaan.

Inventory intensity merupakan bagian dari aset lancar perusahaan yang dipergunakan untuk memenuhi permintaan dan operasional perusahaan dalam jangka panjang. *Inventory intensity* adalah salah satu bagian harta khususnya persediaan yang dibandingkan dengan total aset yang perusahaan miliki. Semakin banyak persediaan oleh perusahaan, maka menimbulkan beban pemeliharaan, dan penyimpanan dari persediaan tersebut. Beban pemeliharaan dan penyimpanan persediaan tersebut nantinya akan mengurangi laba dari perusahaan sehingga pajak yang dibayarkan juga akan ikut berkurang.

Leverage atau tingkat utang sebagai sumber pembiayaan eksternal untuk ekspansi dan membiayai kebutuhan perusahaan. Ketika perusahaan melakukan *leverage*, maka perusahaan harus membayar bunga terhadap pinjamannya. Pembayaran bunga ini nantinya akan

menambah beban perusahaan sehingga laba yang dihasilkan oleh perusahaan dapat menurun.

Profitabilitas dapat mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba pada periode tertentu. Apabila perusahaan memiliki rasio profitabilitas rendah, berdampak pada beban pajak yang ditanggung perusahaan juga rendah. Setiap perusahaan berkeinginan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun perusahaan juga berkewajiban dalam pembayaran pajak. Sesuai dengan teori sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin besar profitabilitas maka semakin agresif perusahaan terhadap aktivitas pajaknya.

H5: *Corporate social responsibility, inventory intensity, leverage* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang sebagian besar menggunakan angka saat mengumpulkan data, menafsirkan, dan menunjukkan hasilnya (Purwanza *et al.*, 2022). Metode pengambilan sampel pada penelitian kuantitatif dilakukan secara random, data dikumpulkan dengan instrumen penelitian, dan tujuan analisis data adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dalam hal ini, tujuan penelitian adalah untuk menunjukkan apakah *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage* dan profitabilitas memengaruhi agresivitas pajak.

3.2 Lokasi Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020 – 2024. Data dari penelitian ini diambil dari laporan keuangan perusahaan yang tersedia di *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* masing-masing perusahaan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berada dalam subsektor makanan dan minuman dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 - 2024.

3.3.2 Sampel

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari perusahaan subsektor makanan dan minuman yang telah dilakukan eliminasi

menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Peneliti menerapkan metode *purposive sampling* dengan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk menjawab masalah penelitian.

Adapun beberapa kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2020 - 2024.
2. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dan laporan audit secara lengkap dan konsisten pada tahun 2020 - 2024.
3. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2020 - 2024.

Tabel 3.1 Spesifikasi Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2020 - 2024.	32
2	Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit secara lengkap dan konsisten pada tahun 2020 - 2024.	(7)
3	Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2020 - 2024.	(10)
Jumlah Sampel		15
Tahun Penelitian		5
Total Sampel Dalam Penelitian		75

Sumber: Bursa Efek Indoensia (BEI), 2025

Tabel 3.2 Sampel Terpilih Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
4	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
5	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
6	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
7	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
9	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
10	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
11	MYOR	Mayora Indah Tbk
12	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
13	SKLT	Sekar Laut Tbk
14	STTP	Siantar Top Tbk
15	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

Sumber: Data diolah, 2025

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang tersedia di *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* masing-masing perusahaan untuk variabel *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi. Metode ini digunakan untuk mencatat dan menganalisis laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman guna memperoleh informasi mengenai agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahan atau yang memengaruhi variabel terikat (Budiadnyani, 2020). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan Standar *Global Reporting Initiative (GRI)*, pengungkapan CSR adalah upaya yang dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menetapkan sasaran, menilai kinerja, dan mengelola perubahan yang disebabkan oleh kondisi ekonomi global yang berkelanjutan. Pengungkapan CSR diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*. Indeks tersebut menilai pengungkapan CSR dengan cara membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dan jumlah pengungkapan berdasarkan indeks. Acuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan dari *Global Reporting Initiative Generation 4 (GRI G4)*. Indikator yang terdapat dalam GRI G4 berjumlah 91 indikator, yang terbagi menjadi 3 kategori, yaitu kinerja ekonomi (9 indikator), kinerja lingkungan (34 indikator), dan kinerja sosial (48 indikator).

Cara pengukuran ini dilihat dari pengukuran penelitian terdahulu yaitu dengan menggunakan rumus CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) yang mana rumus pengukurannya adalah:

$$CSR_i = \frac{\text{Indikator Yang Diungkapkan Perusahaan}}{\text{Total Indikator}}$$

3.7.1.2 *Inventory Intensity*

Inventory intensity atau intensitas persediaan merupakan suatu pengukuran seberapa besar persediaan yang di investasikan pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki persediaan besar akan memiliki beban yang besar atau membutuhkan biaya yang besar untuk mengatur persediaan tersebut. *Inventory intensity* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut (Anindyka *et al.*, 2018):

$$INV = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

3.7.1.3 *Leverage*

Pengukuran variabel *leverage*, yaitu dengan cara menghitung total liabilitas terhadap ekuitas perusahaan pada periode tertentu yang juga disebut *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio DER dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam memutuskan apakah perusahaan perlu menambah utang baru atau tidak. Rumus yang digunakan dalam mencari DER dihitung dalam skala rasio pada *leverage* adalah sebagai berikut (Mahlia *et al.*, 2020):

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.7.1.4 *Profitabilitas*

Pengukuran profitabilitas, yaitu menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA), karena ROA dapat menggambarkan laba bisnis. ROA adalah perbandingan antara laba bersih dengan total aset

pada akhir periode yang digunakan sebagai indikator seberapa jauh suatu perusahaan untuk memperoleh laba, dimana profitabilitas dihitung dengan cara *net income* dibagi total aset. Rumus yang digunakan dalam mencari ROA dihitung dalam skala rasio pada profitabilitas adalah sebagai berikut (Mahlia *et al.*, 2020):

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

3.7.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

3.7.2.1 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merujuk pada aktivitas yang bertujuan untuk mengurangi beban pajak melalui perencanaan pajak (*tax planning*) dengan menggunakan metode yang sesuai dengan regulasi perpajakan, tanpa melanggar hukum perpajakan (Mahlia *et al.*, 2020). Taraf keagresifan pajak dapat dihitung menggunakan *effective tax rate* (ETR), yang mana adalah *income tax expenses* (beban pajak penghasilan) dibagi *earning before tax* (laba sebelum pajak).

Cara ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Lanis & Richardson, 2012):

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

3.8 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi berganda, yang terdiri dari analisis deskriptif kuantitatif serta analisis regresi data panel. Tujuan

utama dari metode-metode ini adalah untuk mengukur dampak dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen melalui metrik-metrik numerik. Perjalanan analisis penulis dimulai dengan tahap pemrosesan data, di mana penulis menggunakan serangkaian metode statistik, dengan Eviews 12 sebagai perangkat lunak manajemen data pilihan.

Alasan menggunakan *software* Eviews versi 12 dikarenakan data yang digunakan adalah data panel. Data panel adalah data yang dikumpulkan secara *cross section* dan diikuti pada periode waktu tertentu. Teknik data panel yaitu dengan menggabungkan jenis data *cross section* dan *time series*. Karena kemampuannya melakukan olah data panel, maka Eviews mampu meng-generate model *fixed effect* dan model *random effect*. Sekaligus memilih model mana yang paling tepat melalui uji Chow dan uji Hausman. Dalam hal uji-uji statistik terkait data *time series*, Eviews sangat *powerfull* membantu penggunaannya.

Kerangka kerja analisis studi penulis terbentang di ranah data panel, gabungan antara data deret waktu dan data *cross-sectional*. Urutan pemeriksaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Martias (2021), analisis deskriptif berfungsi sebagai metode untuk mengkaji data melalui penggambaran secara rinci informasi yang terkumpul, dengan tujuan akhir untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan analisis ini mencakup berbagai ukuran statistik, termasuk penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, dan penghitungan nilai modus, median,

dan mean (yang merupakan ukuran kecenderungan sentral). Lebih jauh lagi, ranah statistik deskriptif mencakup penghitungan desil, persentil, dan indeks varians data, seperti rata-rata dan varians, di samping penggunaan penghitungan persentase. Elemen-elemen ini secara kolektif berkontribusi pada pemahaman yang komprehensif tentang struktur dan karakteristik dasar data (Sugiyono, 2016)

Untuk mengetahui nilai variabel X (*Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, *Leverage*, dan *Profitabilitas*), dan variabel Y (*Agresivitas Pajak*), digunakan analisis rasio. Analisis statistik deskriptif berfungsi sebagai metode penelitian dasar, yang memberikan gambaran menyeluruh tentang hipotesis. Hal ini melibatkan pemeriksaan terkait *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan *profitabilitas* menilai dampaknya terhadap agresivitas pajak. Dengan memanfaatkan statistik deskriptif, studi ini bertujuan guna menjelaskan tren dan hubungan yang lebih luas dalam data, menawarkan pemahaman yang komprehensif tentang interaksi variabel dan implikasinya terhadap industri subsektor makanan dan minuman.

3.8.2 Analisis Pemilihan Model

Dalam regresi data panel diperlukan model yang paling tepat untuk menentukan model regresi. Untuk menentukan model mana yang paling tepat harus dilakukan tiga uji sebagai berikut:

a. Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model terbaik di antara model efek umum (*common effect*) dan model efek tetap (*fixed effect*).

Dalam proses uji Chow, data dijalankan melalui model efek umum dan model efek tetap, kemudian diuji menggunakan uji rasio kemungkinan rasio yang melibatkan efek tetap atau acak yang berlebihan. Hipotesis uji ini adalah:

H0 : Menggunakan *common effect model*

H1 : Menggunakan *fixed effect model*

Kesimpulan dalam uji ini adalah:

- 1) Jika nilai probabilitas *cross-section Chi-Square* $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima.
- 2) Jika nilai probabilitas *cross-section Chi-Square* $> 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

b. Uji Hausman

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan model yang paling sesuai antara model efek tetap (*fixed effect*) dan model efek acak (*random effect*) dalam mengestimasi data panel. Untuk melaksanakan uji Hausman, data perlu diestimasi menggunakan kedua model efek tetap dan efek acak, lalu diuji menggunakan uji Hausman yang melibatkan efek acak yang berkorelasi. Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H0 : Menggunakan *random effect model*

H1 : Menggunakan *fixed effect model*

Kesimpulan dari hasil uji hausman adalah:

- 1) Jika nilai probabilitas *cross-section random* $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima.
- 2) Jika nilai probabilitas *cross-section random* $> 0,05$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

c. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji LM digunakan untuk menilai model yang paling sesuai antara model efek acak (*random effect*) dan model efek umum (*common effect*). Untuk melaksanakan uji LM, data harus diestimasi menggunakan kedua model efek acak dan efek umum, dan selanjutnya diuji menggunakan uji Lagrange Multiplier yang berkaitan dengan efek acak yang diabaikan. Hipotesis dalam uji ini adalah:

H₀ : Menggunakan *common effect model*

H₁ : Menggunakan *random effect model*

Adapun kesimpulan dari uji LM adalah:

- 1) Jika nilai *cross-section Breusch-Pagan* $< 0,05$, maka H₀ ditolak, yang berarti model *random effect model* yang dipilih.
- 2) Jika nilai *cross-section Breusch-Pagan* $> 0,05$, maka H₀ ditolak, yang berarti model *common effect model* yang dipilih.

3.8.3 Analisis Regresi Data Panel

Analisis data panel adalah gabungan antara data berurutan dalam waktu (*time series*) dan data lintas sektor (*cross section*). Menurut Priyatno (2023), penggunaan data panel memberikan sejumlah keunggulan dalam penelitian. Data panel menggabungkan dua jenis data yaitu *time series* dan *cross section*, memberikan akses kepada lebih banyak data yang menghasilkan derajat kebebasan yang lebih besar. Selain itu, penggabungan kedua jenis data ini dapat mengatasi masalah yang timbul ketika variabel dihapus. Dalam penelitian ini, analisis data panel digunakan untuk mengevaluasi variabel dependen yaitu agresivitas

pajak, dan variabel independen lainnya selama periode penelitian selama 3 tahun. Berikut adalah rumusan regresi data panel:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_{it}$$

Y : Variabel Dependen

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X : Variabel Independen

e : Residual

i : Perusahaan

t : Periode/Waktu

3.8.4 Model Estimasi Regresi Data Panel

Pada saat memilih model estimasi regresi data panel, akan dilakukan observasi dan ditentukan model terbaik untuk digunakan dalam penelitian berdasarkan hasil eksperimen. Terdapat beberapa model regresi data panel diantaranya ialah:

a. *Common Effect Model* (CEM)

Mengombinasikan data *time series & cross-section*, estimasi *common effect* merupakan metode yang amat sederhana untuk model data panel (Priyatno, 2023). Model ini mengimplikasikan bahwa perilaku data perusahaan tetap konstan dari masa ke masa karena tidak memperhitungkan dimensi waktu atau individu, data panel dapat diproyeksi dengan menggunakan pendekatan *Ordinary Least Squares* (OLS).

b. *Fixed Effect Model* (FEM)

Pendekatan *fixed effect* untuk estimasi data panel menerapkan teknik variabel *dummy* untuk memperhitungkan perubahan intersepsi setiap perusahaan, sementara kemiringannya (*slope*) tetap konstan di semua perusahaan.

c. *Random Effect Model* (REM)

REM adalah metode untuk mengestimasi regresi data panel yang mengasumsikan adanya variabel gangguan yang mungkin menunjukkan korelasi baik antar waktu maupun antar entitas (misalnya perusahaan). Pendekatan ini dapat menggunakan *Error Component Model* (ECM) atau *Generalized Least Square* (GLS) untuk mengestimasi model regresi data panel

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

Menurut Gujarati (2021), model panel pengaruh gabungan (*common effect*) dan model panel pengaruh tetap (*fixed effect*) menggunakan *ordinary least square* (OLS), sedangkan metode estimasi model panel pengaruh acak (*random effect*) menggunakan metode *generalized least square* (GLS). Pada model estimasi GLS, tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik, karena persamaannya telah memenuhi asumsi klasik. Sebaliknya, pada model estimasi OLS, perlu dilakukan uji asumsi klasik. Oleh sebab itu, perlu atau tidaknya pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini tergantung pada hasil pemilihan metode estimasi. Apabila berdasarkan pemilihan metode estimasi yang sesuai untuk persamaan regresi adalah *random effect* (GLS), maka tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik. Sebaliknya, apabila persamaan regresi lebih cocok

menggunakan *common effect* atau *fixed effect* (OLS) maka perlu dilakukan uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Verifikasi normalitas data residual sangat penting untuk memastikan bahwa data residual penelitian sesuai dengan pola distribusi yang umum. Seperti yang disoroti oleh Usmadi (2020), keakuratan dalam mengukur dampak variabel independen terhadap variabel dependen bergantung pada kepatuhan residual terhadap distribusi normal. Temuan tes mengungkapkan bahwa nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan residual yang secara konsisten normal; namun, jika nilai *p-value* turun di bawah ambang batas ini, hal ini menandakan adanya penyimpangan dari pola distribusi normal pada residual.

b. Uji Multikolinearitas

Proses menilai multikolinearitas sangat penting dalam mengonfirmasi interaksi antara faktor-faktor independen dan dampaknya terhadap hasil dependen (Ghozali, 2016). Untuk mengukur tingkat multikolinearitas dalam kerangka regresi, analisis biasanya memeriksa ambang batas toleransi, yang idealnya harus melampaui 0,10, dan VIF, yang idealnya harus tetap di bawah 10. Selain itu, perhitungan koefisien korelasi di antara faktor-faktor independen berfungsi sebagai alat diagnostik untuk memastikan apakah ada multikolinearitas. Jika koefisien korelasi rendah (di bawah

0,90), hal ini mengindikasikan bahwa multikolinieritas tidak menjadi masalah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas diterapkan guna mendeteksi adanya variasi periodik dalam residual suatu model regresi, yang dapat menyebabkan ketidakefisienan dalam estimasi. Hasil yang baik dari tes ini ditandai dengan kegagalannya mendeteksi tanda-tanda heteroskedastisitas dalam analisis regresi. Temuan ini dianggap mengindikasikan tidak adanya heteroskedastisitas ketika nilai *p-value* yang terkait melonjak di atas ambang batas 0,05.

d. Uji Autokorelasi

Dalam bidang analisis regresi linier, diagnostik autokorelasi berfungsi sebagai alat yang sangat berharga untuk menilai sejauh mana gangguan residual pada titik waktu tertentu, yang dilambangkan sebagai t , menunjukkan korelasi yang signifikan dengan gangguan yang terjadi pada periode waktu sebelumnya, yaitu $t-1$. Sebuah model regresi dapat dianggap kuat dan tangguh ketika menunjukkan tidak adanya pola autokorelasi yang dapat dilihat, sehingga memastikan integritas dan keandalan kemampuan prediktif model. Penafsiran hasil uji autokorelasi mengikuti tolok ukur berikut ini:

- 1) Bila $d_u < d < 4-d_u$, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila $d_l > d > 4-d_l$, berarti ada autokorelasi.
- 3) Bila $d_l \leq d \leq d_u$ atau $4-d_u \leq d \leq 4-d_l$, berarti tidak dapat ditarik kesimpulan.

3.8.6 Uji Hipotesis

Pengambilan keputusan didasari dengan menggunakan analisis regresi data panel ialah dengan Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Parsial.

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tujuan utama dari penilaian statistik ini adalah untuk menilai secara kuantitatif sejauh mana variabel independen secara efektif menangkap dan menjelaskan variabilitas inheren yang ada dalam variabel dependen, dengan demikian menjelaskan tingkat kekuatan penjelas yang dimiliki oleh variabel independen dalam konteks hubungan bivariat mereka. Metrik R², juga dikenal sebagai koefisien determinasi, menggambarkan berapa bagian dari variabilitas variabel dependen yang disebabkan oleh pengaruh variabel independen. Nilai R² yang lebih tinggi menandakan kekuatan penjelas yang lebih besar dari variabel independen terhadap total variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

b. Uji Parsial T

Uji-T parsial dirancang untuk mengevaluasi pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Ketika menginterpretasikan hasil uji parsial, ada beberapa pertimbangan utama yang perlu diperhatikan. Secara khusus, hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen diindikasikan jika nilai *p-value* kurang dari 0,05.

c. Uji Simultan F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam Eviews, output uji F dapat dilihat pada *F-statistic* dan/atau *Prob(F-statistic)*. *F-statistic* disebut pula sebagai F-hitung, sedangkan *Prob(F-statistic)* disebut pula *p-value*. Uji F dalam penelitian ini menggunakan *p-value*. Selanjutnya, *p-value* akan dibandingkan dengan tingkat signifikansi atau α yaitu sebesar 0,05.

Menurut Ghozali (2016) pengujian ini membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel. Dimana tingkat signifikansi sebesar 5% maka pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai F-hitung $>$ F-tabel dan *p-value* $<$ 0,05 maka H0 ditolak H1 diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai F-hitung $<$ F-tabel dan *p-value* $>$ 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Sub sektor ini dipilih karena memiliki peran penting dalam perekonomian nasional serta karakteristik khusus seperti tingkat inventory yang tinggi, struktur biaya yang kompleks, dan sensitivitas terhadap kebijakan fiskal. Perusahaan makanan dan minuman juga cenderung aktif dalam pelaporan CSR dan memiliki strategi manajemen pajak yang beragam.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Inventory Intensity*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak perusahaan, dengan data diperoleh dari laporan keuangan dan tahunan yang dipublikasikan di BEI. Fokus penelitian ini adalah laporan tahunan yang diterbitkan dalam periode 2020 hingga 2024. Terdapat 32 perusahaan yang terdaftar dalam sektor makanan dan minuman, dan setelah dilakukan proses *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 15 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan objek penelitian. Dengan demikian, jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 data (15 perusahaan x 5 tahun).

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengevaluasi kondisi data yang diperoleh dalam penelitian ini. Data tersebut dijelaskan menggunakan berbagai indikator, seperti rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan deviasi standar. Fokus utama dalam penelitian ini adalah variabel-variabel agresivitas pajak (Y), *corporate social responsibility* (X1), *inventory intensity* (X2), *leverage* (X3), profitabilitas (X4). Berikut adalah hasil output dari analisis deskriptif yang telah dilaksanakan.

Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	0.218576	0.062711	0.148719	0.547384	0.102534
Median	0.218782	0.054945	0.129190	0.460586	0.092665
Maximum	0.295684	0.098901	0.399163	1.407632	0.221789
Minimum	0.051465	0.032967	0.023291	0.100232	0.027732
Std. Dev.	0.031989	0.017955	0.084330	0.376292	0.048463
Skewness	-1.932985	0.498223	0.588889	0.661624	0.578916
Kurtosis	12.30742	2.330985	2.553243	2.225786	2.365506

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh pada tabel di atas, dari total 75 data yang diteliti, variabel agresivitas pajak (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar 0.051465 dan maksimum sebesar 0.295684, dengan rata-rata sebesar 0.218576. Angka rata-rata yang positif ini mengindikasikan bahwa secara umum, perusahaan dalam sampel cenderung melakukan agresivitas pajak. Selain itu, standar deviasi untuk variabel ini tercatat sebesar 0.031989.

Tingkat *corporate social responsibility* (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0.032967 dan maksimum 0.098901, dengan rata-rata mencapai 0.062711. Ini menunjukkan bahwa selama periode 2020-2024,

rata-rata perusahaan yang diteliti berada dalam rentang antara 0.032967 hingga 0.098901. Selain itu, standar deviasi yang tercatat adalah 0.017955.

Variabel *inventory intensity* (X2) memiliki nilai minimum sebesar 0.023291 dan nilai maksimum sebesar 0.399163, dengan nilai rata-rata sebesar 0.148719. Hal ini menunjukkan bahwa sampel perusahaan yang dianalisis pada periode 2020-2024, secara rata-rata berada dalam rentang antara 0.023291 hingga 0.148719. Selain itu, standar deviasi untuk variabel ini tercatat sebesar 0.084330.

Variabel *leverage* (X3) memiliki nilai minimum 0.100232 dan maksimum 1.407632, dengan rata-rata sebesar 0.547384. Hal ini menunjukkan bahwa sampel perusahaan yang diteliti pada periode 2020-2024 memiliki tingkat *leverage* yang bervariasi antara 0.100232 hingga 1.407632. Selain itu, standar deviasi yang diperoleh adalah 0.376292.

Variabel profitabilitas (X4) menunjukkan nilai minimum sebesar 0.027732 dan maksimum 0.221789, dengan nilai rata-rata sebesar 0.102534. Hal ini mengindikasikan bahwa sampel perusahaan yang diteliti selama periode 2020 hingga 2024 memiliki tingkat profitabilitas yang bervariasi antara 0.027732 hingga 0.221789. Selain itu, nilai standar deviasi dari variabel ini adalah 0.048463.

4.1.3 Hasil Uji Pemilihan Model

Dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi data panel, penting untuk melakukan estimasi model regresi. Terdapat tiga model yang dapat dipilih, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect*

Model (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Dari ketiga model tersebut, hanya model regresi yang paling tepat yang akan dipilih sebagai alat analisis utama. Proses pemilihan model yang tepat ini dilakukan melalui serangkaian uji, antara lain Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier.

1. Uji Chow

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan model terbaik antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model*. Pemilihan model dilakukan dengan mempertimbangkan nilai probabilitas (prob) pada uji F untuk data *cross-section*. Jika nilai prob lebih besar dari 5%, maka model yang dipilih adalah *Common Effect Model*. Sebaliknya, jika nilai prob kurang dari 5%, model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 4.2 Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-Section F	8.352251	(14,56)	0.0000
Cross-Section Chi-square	84.565795	14	0.0000

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji Chow, nilai probabilitas untuk uji *cross-section* F dan *Chi-square* keduanya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*. Karena Uji Chow menolak hipotesis nol, tahap berikutnya adalah melanjutkan pengujian model dengan uji Hausman.

2. Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk memilih model yang paling tepat antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Apabila nilai p lebih besar dari 0,05, maka *Random Effect Model* yang dipilih. Sebaliknya, jika nilai p kurang dari 0,05, maka *Fixed Effect Model* dianggap sebagai pilihan yang lebih tepat.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq.d.f	Prob.
Cross-Section random	6.275802	4	0.1795

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel di atas, nilai dari uji *Cross-section random* lebih besar daripada tingkat signifikansi alpha 0,05, yaitu $0.1795 > 0,05$. Oleh karena itu, model yang dipilih berdasarkan Uji Hausman adalah *Random Effect Model*. Dengan demikian, setelah menentukan model ini, pengujian selanjutnya akan dilanjutkan dengan Uji Lagrange Multiplier.

3. Lagrange Multiplier Test

Uji Lagrange Multiplier digunakan untuk memilih model yang lebih tepat antara *Common Effect Model* dan *Random Effect Model*. Keputusan pemilihan model dapat ditentukan dengan mengamati nilai probabilitas untuk *cross-section*. Jika nilai p lebih besar dari 0,05, maka *Common Effect Model* yang dipilih. Sebaliknya, jika nilai p lebih kecil dari 0,05, maka *Random Effect Model* yang lebih cocok digunakan.

Tabel 4.4 Hasil Uji Langrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-Section	Time	Both
Breusch-Pagan	36.67381	0.619348	37.29315
	(0.0000)	(0.4313)	(0.0000)

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil Uji Lagrange Multiplier pada Tabel 4.4, diperoleh nilai *Cross-section* yang lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha 0,05, yaitu $p = 0.0000 < 0,05$. Dengan demikian, model yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM). Sejalan dengan hasil Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier, model terbaik yang dapat diterapkan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*.

4.1.4 Analisis Regresi Data Panel

Berdasarkan analisis pemilihan model regresi, model terbaik yang digunakan adalah *Random Effect Model*, yang merupakan bagian dari kerangka *Generalized Least Square* (GLS). Berbeda dengan *Ordinary Least Square* (OLS), yang umumnya digunakan pada model *Common Effect* dan *Fixed Effect*, GLS menawarkan pendekatan yang berbeda dalam estimasi model.

Setelah memperoleh model yang optimal dalam penelitian ini, langkah berikutnya adalah melakukan analisis regresi data panel. Hal ini dilakukan karena penelitian ini melibatkan empat variabel independen dan satu variabel dependen. Empat variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (X1), *inventory intensity* (X2), *leverage* (X3), dan profitabilitas (X4) sedangkan variabel dependen yang dianalisis adalah agresivitas pajak,

Hasil analisis regresi data panel dengan model efek acak (*random effect model*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.888566	0.428094	-4.411567	0.0000
X1	0.193458	0.084646	2.285485	0.0253
X2	-0.171244	0.113997	-1.502173	0.1376
X3	-0.238008	0.082511	-2.884574	0.0052
X4	0.234064	0.105126	2.226517	0.0292

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.5 maka persamaan regresi data panel dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = -1.88856628662 + 0.19345791099 * X1 - 0.171243551573 * X2 - 0.23800847169 * X3 + 0.234063770239 * X4$$

4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Pengujian ini dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai *R-Squared* berada dalam rentang antara nol hingga satu. Jika *R-Squared* menunjukkan nilai yang rendah, itu mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai *R-Squared* tinggi, hal tersebut menandakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan lebih baik. Hasil dari Uji Koefisien Determinasi (R²) dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

R-Squared	0.249143
Adjusted R-Squared	0.206236

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel yang ada, nilai *Adjusted R-Squared* tercatat sebesar 0.206236. Angka ini menunjukkan bahwa variabel dependen, yaitu agresivitas pajak, dapat dijelaskan sebesar 20,62% oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas. Sedangkan sisanya, sekitar 79,38%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang telah digunakan.

4.1.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dengan mempertimbangkan hasil olah data yang telah diperoleh.

4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Dalam uji ini, terdapat empat hipotesis yang perlu diuji, yaitu pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak, pengaruh *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak, pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak, dan pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Hasil yang diperoleh dari uji t menunjukkan:

Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.	Keterangan
C	-1.888566	-4.411567	0.0000	
X1	0.193458	2.285485	0.0253	Signifikan
X2	-0.171244	-1.502173	0.1376	Tidak Signifikan
X3	-0.238008	-2.884574	0.0052	Signifikan
X4	0.234064	2.226517	0.0292	Signifikan

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan informasi yang tertera dalam tabel di atas, hasil pengujian hipotesis melalui uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

Probabilitas variabel *corporate social responsibility* (X1) tercatat sebesar 0.0253 dengan koefisien regresi 0.193458. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, hipotesis yang mengklaim bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Probabilitas variabel *inventory intensity* (X2) tercatat sebesar 0.1376 dengan koefisien regresi -0.171244. Karena nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, hipotesis yang mengklaim bahwa *inventory intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *inventory intensity* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Probabilitas variabel *leverage* (X3) tercatat sebesar 0.0052 dengan koefisien regresi -0.238008. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan nilai koefisien bernilai minus, hipotesis yang mengklaim bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Probabilitas variabel profitabilitas (X4) tercatat sebesar 0.0292 dengan koefisien regresi 0.234064. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, hipotesis yang mengemukakan

bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

4.1.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel independent secara bersamaan terhadap variabel dependen. Dalam uji ini, terdapat satu hipotesis yang perlu diuji, yaitu pengaruh *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage* dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Hasil dari analisis uji f ini disajikan secara rinci pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

F-Statistic	5.806687
Prob(F-Statistic)	0.000429

Sumber : Data diolah, 2025

Bedasarkan tabel yang ada, diketahui bahwa nilai *F-Statistic* adalah sebesar 5.806687, dengan nilai probabilitas (Prob. *F-Statistic*) sebesar 0.000429. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara statistik. Artinya, variabel independen yang terdiri dari *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

4.2 Pembahasan

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

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel uji parsial, variabel *corporate social responsibility* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.193458 dengan probabilitas sebesar 0.0253, yang lebih kecil dari 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori agensi, hubungan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) seringkali diwarnai konflik kepentingan (Meckling & Jensen, 1976). Manajer dapat bertindak untuk kepentingan pribadinya, seperti meningkatkan laba setelah pajak dengan cara menekan beban pajak melalui strategi agresivitas pajak (Riyadi *et al.*, 2023). Dalam hal ini, CSR berperan sebagai alat legitimasi sosial untuk menutupi tindakan tersebut, sehingga perusahaan yang terlihat aktif dalam program CSR bisa saja sebenarnya sedang membangun citra positif agar tidak terlalu disorot saat melakukan penghindaran pajak (Ibrahim *et al.*, 2015).

Jika dikaitkan dengan sub sektor makanan dan minuman, perusahaan di industri ini memiliki eksposur publik yang tinggi karena produknya langsung dikonsumsi oleh masyarakat. Oleh karena itu, mereka terdorong untuk menjaga reputasi melalui berbagai program CSR, seperti bantuan pangan, pelestarian lingkungan, atau program kesehatan. Namun, karena pelaksanaan CSR membutuhkan biaya yang besar, perusahaan cenderung mencari strategi efisiensi lainnya, salah satunya adalah dengan menekan beban pajak secara agresif. Ini menunjukkan

bahwa kegiatan CSR tidak selalu mencerminkan perilaku etis dalam hal kewajiban perpajakan, melainkan bisa menjadi strategi untuk menutupi tindakan penghindaran pajak. Dalam perspektif Islam, hal ini menjadi ironi. Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan amanah dalam menjalankan kewajiban, termasuk kewajiban kepada negara seperti membayar pajak. CSR seharusnya bukan hanya pencitraan, tetapi menjadi bentuk tanggung jawab sosial yang tulus.

Jika perusahaan melakukan CSR namun di sisi lain menghindari kewajiban pajak, maka hal itu bertentangan dengan prinsip keadilan dan keberkahan harta dalam Islam. Dengan tekanan ekonomi dan tingginya biaya produksi saat ini, wajar jika perusahaan makanan dan minuman berusaha menyeimbangkan antara keuntungan dan tanggung jawab sosial, namun tetap harus memperhatikan etika dan nilai-nilai yang berlaku. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Oktris *et al.*, (2021) dan Riyadi *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, penelitian tersebut juga mengungkapkan dan menjelaskan hubungan agresivitas pajak pada perusahaan LQ-45, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan sub sektor makanan dan minuman.

4.2.2 Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel uji parsial, variabel *inventory intensity* menunjukkan nilai koefisien sebesar -0.171244 dengan probabilitas sebesar 0.2070, yang lebih besar dari 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *inventory intensity* tidak memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Dalam perspektif teori agensi, konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) sering kali mendorong manajer untuk melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya sendiri, seperti agresivitas pajak untuk menurunkan beban pajak dan meningkatkan laba yang dilaporkan (Arizoni *et al.*, 2020). Namun, *inventory intensity* atau intensitas persediaan, yang merupakan rasio antara nilai persediaan terhadap total aset, bukanlah alat yang umum digunakan dalam penghindaran pajak. Hal ini karena akun persediaan bersifat operasional dan lebih dipengaruhi oleh kebutuhan produksi dan distribusi daripada strategi penghindaran pajak (Diviariesty & Cahyani, 2024).

Pada sektor makanan dan minuman, perusahaan cenderung memiliki tingkat *inventory intensity* yang tinggi karena produk yang dihasilkan mudah rusak, seperti makanan ringan dan minuman olahan. Perusahaan lebih fokus pada manajemen logistik, efisiensi penyimpanan, dan kelancaran distribusi agar bisa memenuhi permintaan pasar secara optimal. Faktor-faktor seperti musim, kondisi penyimpanan, dan fluktuasi permintaan membuat akun persediaan kurang fleksibel untuk dimanipulasi, sehingga kecil kemungkinannya digunakan sebagai sarana untuk menghindari pajak. Dari sudut pandang Islam, praktik agresivitas pajak dengan cara manipulatif bertentangan dengan nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab.

Islam memandang kewajiban membayar pajak sebagai bentuk kontribusi sosial, selama tidak bertentangan dengan ajaran agama.

Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 188, umat Islam dilarang memakan harta orang lain dengan cara yang batil. Oleh karena itu, perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam akan cenderung menghindari agresivitas pajak, termasuk melalui manipulasi akun persediaan. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Diviariesty & Cahyani (2024) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak.

4.2.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel uji parsial, variabel *leverage* menunjukkan nilai koefisien sebesar -0.238008 dengan probabilitas sebesar 0.0052, yang lebih besar dari 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan teori agensi, hubungan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) sering menimbulkan konflik kepentingan, terutama dalam pengambilan keputusan keuangan (Meckling & Jensen, 1976). Salah satunya terkait praktik penghindaran pajak yang dapat memberikan keuntungan jangka pendek bagi perusahaan. Namun, ketika perusahaan memiliki tingkat *leverage* atau utang yang tinggi, manajer cenderung lebih berhati-hati karena adanya pengawasan ketat dari kreditur (Anggraeni *et al.*, 2023). Hal ini membatasi ruang gerak manajer untuk melakukan praktik agresivitas pajak karena mereka harus memastikan kewajiban pembayaran utang tetap terjaga.

Pada sub sektor makanan dan minuman, sensitivitas terhadap persepsi publik dan pentingnya menjaga reputasi menjadi pertimbangan utama. Produk dari sektor ini dikonsumsi langsung oleh masyarakat, sehingga reputasi perusahaan sangat memengaruhi kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan dengan *leverage* tinggi di sektor ini cenderung menghindari tindakan yang berisiko menurunkan reputasi, termasuk agresivitas pajak. Persaingan yang ketat dan margin keuntungan yang fluktuatif juga membuat perusahaan lebih fokus pada hubungan baik dengan regulator dan publik, daripada mengejar penghematan pajak jangka pendek yang berisiko. Dari perspektif Islam, prinsip keadilan dan amanah dalam mengelola perusahaan harus dijaga, sehingga agresivitas pajak dianggap tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Perusahaan yang memiliki beban utang tinggi dianjurkan menjaga kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Apalagi di tengah ketidakpastian ekonomi pasca pandemi, banyak perusahaan lebih berhati-hati dan fokus pada keberlanjutan bisnis jangka panjang. Maka, tidak mengherankan jika perusahaan dengan *leverage* tinggi justru lebih transparan dan akuntabel dalam pelaporan pajak demi menjaga stabilitas operasional dan dukungan dari pihak eksternal seperti investor dan kreditur. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Dharmayanti (2019) dan Kartika & Nurhayati (2020) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

4.2.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang tercantum pada tabel uji parsial, variabel profitabilitas menunjukkan koefisien sebesar 0.234064 dengan nilai probabilitas 0.0292, yang lebih kecil dari 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya, yang menyatakan bahwa profitabilitas, sebagai indikator utama kinerja keuangan perusahaan, dapat menjadi faktor penentu dalam penerapan agresivitas pajak. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba besar (Anggraeni *et al.*, 2023). Dalam konteks teori keagenan, kondisi ini dapat mendorong manajemen untuk melakukan agresivitas pajak guna meminimalkan beban pajak yang harus dibayar (Simamora & Rahayu, 2020). Hal ini dilakukan agar laba bersih tetap tinggi dan kompensasi manajemen meningkat, meskipun strategi tersebut memiliki risiko dari segi etika maupun hukum (Syalsabilla & Wafa, 2024). Konflik kepentingan antara manajemen (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) menjadi latar belakang munculnya perilaku ini.

Pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, profitabilitas yang tinggi seringkali didorong oleh volume penjualan yang besar dan siklus operasional yang cepat. Karena sektor ini juga sangat kompetitif dan sensitif terhadap biaya produksi, efisiensi termasuk penghematan pajak menjadi strategi penting dalam menjaga kinerja keuangan. Manajemen perusahaan dapat memanfaatkan celah-celah legal, seperti

pengelolaan beban atau rekayasa laporan keuangan, untuk mengurangi pajak terutang dan menjaga laba setelah pajak tetap optimal. Namun, dari perspektif Islam, tindakan agresivitas pajak yang bersifat manipulatif bertentangan dengan nilai-nilai keadilan (*al- 'adl*) dan amanah.

Pajak dianggap sebagai kontribusi kepada negara untuk kemaslahatan umat, sehingga perusahaan seharusnya mengelola profitabilitas dengan amanah dan tidak menjadikannya alasan untuk menghindari kewajiban negara secara tidak etis. Terlebih di masa pemulihan pasca pandemi dan ketidakstabilan ekonomi global, perusahaan memang perlu menjaga arus kas, namun tetap harus mempertimbangkan risiko hukum dan reputasi akibat strategi pajak yang terlalu agresif. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Syalsabilla & Wafa (2024) dan Anggraeni *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

4.2.5 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Inventory Intensity*, *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Uji statistik dengan metode uji f menunjukkan bahwa hipotesis kelima dapat diterima. hal ini mengindikasikan bahwa variabel *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. dengan demikian keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan atau mempengaruhi agresivitas pajak yang di lakukan oleh perusahaan.

Secara teori, pengaruh simultan antara *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dapat dijelaskan melalui teori agensi. Dalam teori ini, manajemen sebagai agen memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan kepentingan pribadi maupun perusahaan, bahkan dengan cara yang mungkin tidak sesuai dengan kepentingan pemilik. Keempat variabel tersebut bisa dimanfaatkan manajemen untuk mengatur beban pajak perusahaan.

Pada sektor makanan dan minuman, *inventory intensity* cenderung tinggi karena karakteristik industrinya yang membutuhkan stok besar dan biaya operasional tinggi. Hal ini memungkinkan dimanfaatkan manajemen untuk membebaskan biaya penyimpanan atau depresiasi guna menurunkan laba kena pajak. Selain itu, penggunaan *leverage* atau utang memungkinkan perusahaan mengurangi beban pajak melalui bunga pinjaman yang dapat dijadikan biaya. Sementara itu, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi juga terdorong untuk melakukan strategi pajak agresif agar tetap menunjukkan kinerja keuangan yang baik di mata investor.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *corporate social responsibility*, *inventory intensity*, *leverage* dan profitabilitas, terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan sampel sekunder yang diperoleh dari perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024. Berdasarkan informasi yang terkumpul dan hasil pengujian yang dilakukan terhadap permasalahan regresi data panel, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR menjadi alat yang cukup kuat untuk perilaku penghindaran pajak oleh perusahaan.
2. *Inventory Intensity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini disebabkan karena persediaan lebih terkait dengan kebutuhan operasional daripada sebagai instrumen penghindaran pajak.
3. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa peningkatan biaya bunga tidak diikuti dengan peningkatan biaya pajak
4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak demi menjaga laba bersih.

5. Secara simultan, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Inventory Intensity*, *Leverage*, dan Profitabilitas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, meskipun kontribusi penjelasan model (*Adjusted R²*) hanya sebesar 20,62%, menunjukkan bahwa masih terdapat banyak faktor lain yang memengaruhi agresivitas pajak.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah disampaikan, berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian di masa depan:

- 1) Untuk penelitian yang akan datang, disarankan agar peneliti memperluas ruang lingkup dengan menambahkan variabel independen lainnya, seperti *financial distress* dan ukuran perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Syalsabilla & Wafa (2024) dan Rahayu & Kartika (2021). Dengan menambahkan variabel-variabel tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak.
- 2) Mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada perusahaan makanan dan minuman, disarankan agar penelitian berikutnya mencakup sampel dari sektor industri lainnya. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai agresivitas pajak serta faktor-faktor yang memengaruhinya di berbagai sektor.

DAFTAR PUSTAKA

- Akasumbawa, M. D. D., Adim, A., & Wibowo, M. G. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Negara dengan Jumlah Penduduk Terbesar di Dunia (Studi pada Negara China, India, Indonesia, Pakistan dan Amerika Serikat). *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 67–74. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v2i1.2611>
- Al-Qaradawi, Y. (2014). *Fiqh Hiburan dan Rekreasi*. PTS Islamika.
- Al-Qurtubi, S. I. (1964). Tafsir al-qurtubi. *Jakarta: Pustaka Azzam*.
- Anatan, L. (2010). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Marantha*, 8(2), 66–77.
- Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18.3(2017), 2115–2142.
- Andriani, S. (2021). Voluntary compliance dengan konsep keadilan pajak perspektif Ibnu Khaldun bagi wajib pajak. *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi*, 12(1), 1–18.
- Anggraeni, A. F., Priatna, D. K., Roswinna, W., Latifah, N. A., & Ahada, R. (2023). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Bank Umum Konvensional yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Proaksi*, 10(1), 30–41. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i1.3858>
- Anindyka, D., Pratomo, D., & Kurnia. (2018). Effect of Leverage (DAR), Capital Intensity and Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015). *E- Proceeding of Management*, 5(1), 713–719.
- Arifin, M. D., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Kepemilikan Saham Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(12).
- Arizoni, S. S., Ratnawati, V., & Andreas. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Akrua, Manajemen Laba Riil Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak: Peran Moderasi Foreign Operation. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 35–47. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/Bilancia/index>
- Az-Zuhaili, W., & Ibnu, W. (1998). at-Tafsir al-Munir fi al-'Aqidah wa asy-Syar'ah wa al-Manhaj. *Damaskus: Dar Al-Fikr*.
- Baringbing, M. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 574–579.
- Budiadnyani, N. P. (2020). Pengaruh kompensasi manajemen pada penghindaran pajak dengan kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 67–90.
- Budiantara, M., Utomo, R. B., & Manalu, R. H. (2021). Agresivitas Pajak Dari Prespektif Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1755–1766. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss2.2020.624>

- Budiharjo, R., Sagita, A., & Hariani, S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Harga Saham pada Perusahaan Infrastruktur. *Judicious*, 3(2), 271–278. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1105>
- Dayanara, L., Titisari, K. H., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Barang Industri Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014 – 2018. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 15(3), 301–310. <https://doi.org/10.33061/jasti.v15i3.3693>
- Dewi, N. L. P. P., & Noviani, N. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *E-Jurnal Akuntansi*, 21(2), 882–911. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p01>
- Dharmayanti, N. (2019). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas, Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang termasuk dalam LQ45 pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017). *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 1. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v1i0.2143>
- Diandra, S. M., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh beban iklan dan intensitas persediaan terhadap agresivitas pajak dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 188–202.
- Diviariesty, K., & Cahyani, N. K. A. M. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), 44–58.
- Efrinal, E., & Chandra, A. H. (2021). Pengaruh Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 135–148. <https://doi.org/10.34005/akrual.v2i2.1268>
- Erawati, T., & Sularso, A. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden, Dan Capital Intensity Ratio Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau*, 10(1), 41–55.
- Erlina, M. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Dan Pengungkapan Csr Sebagai Moderasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(1), 24–39.
- Fernández-Rodríguez, E., & Martínez-Arias, A. (2012). Do business characteristics determine an effective tax rate? Evidence for listed companies in China and the United States. *Chinese Economy*, 45(6), 60–83.
- Fionasari, D. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 1(1), 28–40.
- Gangga, M. H. F., & Wahyudin, A. (2023). Determinan Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bei. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 20(2), 269. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v20i2.13683>
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.

- Goh, T. S., & Erika. (2022). *Monograf Kinerja Keuangan Perusahaan dan Agresivitas Pajak*. 187.
- Gujarati, D. N. (2021). *Essentials of econometrics*. Sage Publications.
- Handayani, M. F., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh probabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Volume 7(2), 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/135>
- Hanum, Z., & Faradila, J. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 479–487.
- Haryati, D., Kusuma, I. C., & Setiawan, A. B. (2020). Pengaruh Profitabilitas , Capital Intensity , Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(9), 40–49.
- Hendarwati, P., & Syarifudin, A. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 21–38.
- Hidayat, A. T., & Fitria, E. F. (2018). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 157–168. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i2.289>
- Ibrahim, M., Solikahan, E. Z., & Widyatama, A. (2015). Karakteristik Perusahaan, Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6008>
- Issah, O., & Rodrigues, L. L. (2021). Corporate social responsibility and corporate tax aggressiveness: A scientometric analysis of the existing literature to map the future. *Sustainability*, 13(11), 6225.
- Istianto, Z., & Muji, M. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 2662–9404.
- Kartika, A., & Nurhayati, I. (2020). *5661-Article Text-16959-1-10-20210815*. 6(3), 121–129.
- Krisnugraha, B., Rahayu, T., & Supardiyono, Y. (2022). Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 127–153. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5028>
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108.
- Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI periode tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 301–314.
- Liani, A. V., & Saifudin, S. (2020). Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Capital Intensity: Implikasinya Terhadap Agresivitas Pajak. *Solusi*, 18(2).

- Lily, & Suhardjo, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 2(1), 119–134. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>
- Mahlia, Apriliana, R., Ratu Husnul, Salsabila Afifah, & Holiawati. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas (Studi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2017). *Proceeding Universitas Pamulang*, 1(1), 1–8. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/9908>
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59.
- Maulana, T., Putri, A. A., & Marlin, E. (2022). Pengaruh capital intensity, inventory intensity dan leverage terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi*, 17(1), 48–60.
- Mayndarto, E. C. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 426–442.
- Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm. *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, 3(4), 305–360.
- Mohanadas, N. D., Abdullah Salim, A. S., & Pheng, L. K. (2020). CSR and tax aggressiveness of Malaysian listed companies: evidence from an emerging economy. *Social Responsibility Journal*, 16(5), 597–612.
- Muhammad Fikri, & Husni Thamrin. (2021). Revitalisasi Konsep Pajak dalam Perspektif Islam. *Tamaddun Ummah (JTU)*, 1(2), 26–34. <https://doi.org/10.57113/jtu.v1i2.94>
- Mustika. (2017). 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 P. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1886–1900. <https://www.neliti.com/publications/118444/pengaruh-corporate-social-responsibility-ukuran-perusahaan-profitabilitas-levera#cite>
- Ningrum, A. K., Suprpti, E., & Hidayat Anwar, A. S. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1260>
- Nur Hajijah, E., Septiyanti, R., & Agustina, Y. (2022). Analisis pengaruh corporate social responsibility dan corporate governance terhadap agresivitas pajak. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 130–140. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1773>
- Nurlela, L. W. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). *Probolinggo: Myria Publisher*.

- Oktris, L., Kresnawati, M., & Mulya, H. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Profitabilitas , Leverage , Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang belum termasuk Berdasarkan Undang-Undang Nomor negara terdiri atas penerimaan negara. *Accounting Cycle Journal*, 2(2), 21–40. <http://journal.podomorouniversity.ac.id/index.php/ACJ/article/view/209>
- Pangesti, L., W, E. M., & Wijayanti, A. (2021). Pengaruh Kebijakan Utang, Likuiditas, Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 137–143. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i2.488>
- Pangestu, A., & Herijawati, E. (2023). Pengaruh Transfer Pricing, Intensitas Persediaan, Total Asset Turnover, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Pinareswati, S. D., & Mildawati, T. (2020). Pengaruh Pengungkapan Csr, Capital Intensity, Leverage, Profitabilitas, Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol 9, 1–23.
- Priyatno, D. (2023). *Olah data sendiri analisis regresi linier dengan SPSS dan analisis regresi data panel dengan Eviews*. Penerbit Andi.
- Purba, C. V. J., & Kunchahyo, H. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Lainnya yang Terdaftar di BEI. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 158–174. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/bisnet/article/view/1005>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Rahayu, U., & Kartika, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 25–33. <https://doi.org/10.31959/jm.v10i1.635>
- Rahman, H. A. (2021). Agresivitas Pajak dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(2), 195. <https://doi.org/10.51211/joia.v6i2.1576>
- Riyadi, T., Ekonomi, F., Pamulang, U., Independen, K., Agresivitas, T., Dan, P., Intensity, C., Variabel, S., Responsibility, C. S., & Independen, K. (2023). *yenni_cahyani,+24.+Suryadi+306-319*. 3(2), 306–319.
- Rochayatun, S. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). *WIGA-Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 6(1), 63–79.
- Rohmansyah, B., Sunaryo, D., Gunawan Siregar, I., Id Editor, G. S. C., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *JAST Journal of Accounting Science and Technology*, 1(1), 87–97. www.pajak.go.id

- Rusli, Y. M. (2021). Agresivitas Perpajakan Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Negara Indonesia Dan Malaysia Yang Dimoderasi Oleh Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(2), 176–195.
- Saraswati, G. A. R. S., & Sujana, I. K. (2017). Pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan tunneling incentive pada indikasi melakukan transfer pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000–1029.
- Sejati, F. R., & Prasetianingrum, S. (2019). Pengaruh Agresivitas Pajak, Kinerja Laba dan Leverage Terhadap Transparansi Perusahaan. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 70.
- Setyadi, A., & Ayem, S. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, komite audit dan capital intensity terhadap agresivitas pajak (studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 228–241.
- Simamora, A. M., & Rahayu, S. (2020). Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 140–155. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.330>
- Soelistiono, S., & Adi, P. H. (2022). Pengaruh Leverage, Capital Intensity, dan Corporate Social Responsibility terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 38–51. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6260>
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*, 1(11).
- Suhendi, E. (2023). Pengaruh Capital Intensity, Sales Growth Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). Kodeuniversitas041060# UniversitasBuddhiDharma.
- Surahman, M., & Ilahi, F. (2017). Konsep pajak dalam hukum islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 166–177.
- Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1), 1–8.
- Syalsabilla, B., & Wafa, Z. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Financial Distress , Dan Karakteristik Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 6(3), 634–644.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(01).
- Yuliana, I. F., & Wahyudi, D. (2018). 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), 105–120.
- Yuliani, S. D., & Setyaningsih, N. D. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran perpajakan sebagai variabel moderating. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 11(1), 1–16.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Output Eviews 12

Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	0.218576	0.062711	0.148719	0.547384	0.102534
Median	0.218782	0.054945	0.129190	0.460586	0.092665
Maximum	0.295684	0.098901	0.399163	1.407632	0.221789
Minimum	0.051465	0.032967	0.023291	0.100232	0.027732
Std. Dev.	0.031989	0.017955	0.084330	0.376292	0.048463
Skewness	-1.932985	0.498223	0.588889	0.661624	0.578916
Kurtosis	12.30742	2.330985	2.553243	2.225786	2.365506
Jarque-Bera	317.4180	4.501516	4.958600	7.344973	5.447369
Probability	0.000000	0.105319	0.083802	0.025413	0.065632
Sum	16.39318	4.703297	11.15395	41.05378	7.690036
Sum Sq. Dev.	0.075725	0.023855	0.526254	10.47808	0.173804
Observations	75	75	75	75	75

Uji Chow

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.352251	(14,56)	0.0000
Cross-section Chi-square	84.565795	14	0.0000

Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.275802	4	0.1795

Uji LM (Lagrange Multiplier)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

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

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	36.67381 (0.0000)	0.619348 (0.4313)	37.29315 (0.0000)
Honda	6.055890 (0.0000)	-0.786986 (0.7844)	3.725678 (0.0001)
King-Wu	6.055890 (0.0000)	-0.786986 (0.7844)	2.160717 (0.0154)
Standardized Honda	7.650678 (0.0000)	-0.567465 (0.7148)	1.295728 (0.0975)
Standardized King-Wu	7.650678 (0.0000)	-0.567465 (0.7148)	-0.157083 (0.5624)
Gourieroux, et al.	--	--	36.67381 (0.0000)

Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.888566	0.428094	-4.411567	0.0000
X1	0.193458	0.084646	2.285485	0.0253
X2	-0.171244	0.113997	-1.502173	0.1376
X3	-0.238008	0.082511	-2.884574	0.0052
X4	0.234064	0.105126	2.226517	0.0292

Uji T (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.888566	0.428094	-4.411567	0.0000
X1	0.193458	0.084646	2.285485	0.0253
X2	-0.171244	0.113997	-1.502173	0.1376
X3	-0.238008	0.082511	-2.884574	0.0052
X4	0.234064	0.105126	2.226517	0.0292

Lampiran Uji R2 (Koefisien Determinasi)

R-squared	0.249143	Mean dependent var	-0.744517
Adjusted R-squared	0.206236	S.D. dependent var	0.288480
S.E. of regression	0.257017	Sum squared resid	4.624045
F-statistic	5.806687	Durbin-Watson stat	1.624606
Prob(F-statistic)	0.000429		

Uji F (Simultan)

R-squared	0.249143	Mean dependent var	-0.744517
Adjusted R-squared	0.206236	S.D. dependent var	0.288480
S.E. of regression	0.257017	Sum squared resid	4.624045
F-statistic	5.806687	Durbin-Watson stat	1.624606
Prob(F-statistic)	0.000429		

Lampiran 2 Biodata Penulis

BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Muhammad Ihsan Nur Fitri
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 16 Desember 2001
Alamat Asal : Ds. Tiru Kidul, Kec. Gurah, Kab. Kediri
Alamat Kos : Jl. Joyo Tamansari I Gg. IV No.33
Telepon/HP : 085736771589
E-mail : ihsanurfi.10@gmail.com

Pendidikan Formal

2008 – 2014 : SDI Arrobithoh
2014 – 2017 : MTSN Model 1 Pare
2017 – 2020 : MAN 2 Kota Kediri
2021 – 2025 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2021 – 2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab
(PKPBA) UIN Maliki Malang
2021 – 2022 : *English Language Center* (ELC) UIN Maliki
Malang

Lampiran 3 Jurnal Bimbingan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 210502110057
Nama : Muhammad Ihsan Nur Fitri
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, S.E., M.S.A.
Judul Skripsi : PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
INVENTORY INTENSITY, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024

JURNAL BIMBINGAN

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	6 November 2024	Konsultasi Outline Skripsi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	14 April 2025	Konsultasi BAB I	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	22 April 2025	Konsultasi BAB II	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	7 Mei 2025	Konsultasi BAB III	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	19 Mei 2025	Bimbingan Revisi Hasil Seminar Proposal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	3 Juni 2025	Bimbingan Hasil Running Data	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	5 Juni 2025	Bimbingan BAB IV & V	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	13 Juni 2025	Bimbingan Persiapan Sidang	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 13 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, S.E., M.S.A.

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Muhammad Ihsan Nur Fitri
NIM : 210502110057
Konsentrasi : Perpajakan

Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2020-2024***

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	17%	11%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Juni 2025

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd