
**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, PROFITABILITAS
DAN *LEVERAGE* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK
(Studi Empiris Pada Bank Umum yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020)**

Dewi Indah Yuniati
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: dewi.indahy@gmail.com
Winarsih
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: winarsih@unissula.ac.id

ABSTRACT

Tax aggressiveness is defined as an action taken by management as an effort to reduce the company's taxable profit through tax planning that is carried out legally or illegally. Aggressive actions taken by the company will affect the achievement of the target of state revenues from the tax sector which will later be used to finance state expenditures. The purpose of this study was to examine the effect of corporate social responsibility, profitability as expressed by ROA (Ratio on Assets) and leverage on tax aggressiveness as proxied by ETR (Effective Tax Rates). The population in this study are conventional commercial banks listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. There are 26 conventional commercial banks as samples using purposive sampling technique. Technical analysis used in this research is Multiple Linear Regression. The results show that corporate social responsibility, profitability and leverage each have an effect on the company's tax aggressiveness. The combination of these three variables has an effect of 23.7% on tax aggressiveness.

Key word: Tax aggressiveness, corporate social responsibility, profitability, leverage

ABSTRAK

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh manajemen sebagai upaya untuk mengurangi laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak yang dilakukan secara legal maupun ilegal. Tindakan agresivitas yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi pencapaian target penerimaan negara dari sektor pajak yang nantinya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel *corporate social responsibility*, profitabilitas yang dinyatakan dengan ROA (*Ratio on Asset*) dan *leverage* terhadap agresivitas pajak yang diprosikan dengan ETR (*Effective Tax Rates*). Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Terdapat 26 bank umum konvensional yang dijadikan sebagai sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage* masing-masing berpengaruh terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan. Gabungan ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh sebesar 23,7% terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci: Agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, profitabilitas, *leverage*

PENDAHULUAN

Pajak didefinisikan sebagai iuran dari rakyat kepada negara, yang pemungutannya didasarkan undang-undang, tanpa adanya timbal balik jasa dari negara secara langsung dan dimanfaatkan dalam pembiayaan pengeluaran negara (Mardiasmo, 2011). Salah satu penyumbang penerimaan negara dari sektor non migas adalah pajak, oleh karena itu pemerintah membuat banyak kebijakan guna mendukung peningkatan penerimaan dari sektor tersebut (Resmi, 2016).

Realisasi penerimaan pajak mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 prosentase penerimaan pajak mengalami peningkatan yaitu dari 83,4% menjadi 90,9%, demikian pula yang terjadi dari 90,9% di tahun 2017 menjadi 92,4% pada tahun 2018. Sedangkan dari tahun 2018 ke tahun 2019 prosentasenya mengalami penurunan yakni 92,4% menjadi 84,4%, dan kembali mengalami peningkatan menjadi 89,2% pada tahun 2020. Prosentase penerimaan pajak tertinggi pada periode 2016 sampai 2020, terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 92,4%, sedangkan realisasi penerimaan yang paling rendah terjadi pada tahun 2016 yaitu 83,4%.

Selama periode tahun 2016 hingga 2020, dapat dilihat juga bahwa target pendapatan dari pajak yang ditetapkan pemerintah dalam APBN tahun berjalan belum bisa tercapai. Hal tersebut dapat terjadi antara lain karena ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayar pajak, seperti melakukan penghindaran pajak baik dalam bentuk legal maupun ilegal atau yang disebut agresivitas pajak. Kejujuran wajib pajak akan sangat mempengaruhi jumlah pajak yang diterima oleh negara mengingat sistem pemungutan pajak di Indonesia yang diterapkan adalah *Self assessment*

system. Dalam hal ini sebagai wajib pajak badan, agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan menggambarkan kecurangan dan ketidakjujuran perusahaan kepada negara yang akan berimbas pada penurunan penerimaan negara dari pajak. Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak berarti sudah menyalahi aturan yang sudah ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. CSR berhubungan erat dengan agresivitas pajak seperti yang dinyatakan oleh Lanis dan Richardson (2012) Dengan melakukan CSR berarti perusahaan turut membantu negara dalam mensejahterakan masyarakat dalam bentuk melakukan pembangunan berkesinambungan yang memberikan manfaat bagi banyak orang. Beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk melihat pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak, misalnya penelitian oleh Lanis dan Richardson (2012) serta Sagala (2015) dimana CSR berpengaruh negatif pada aktivitas agresivitas pajak perusahaan. Sedangkan Lannis dan Richardson (2012) mendapatkan jika perusahaan banyak melakukan aktivitas CSR, maka tingkat agresivitas pajaknya akan semakin rendah.

Pajak yang dianggap perusahaan sebagai beban dapat mengurangi keuntungan atau profitabilitas perusahaan sehingga diprediksi dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimiliki. Oleh karena profitabilitas merupakan faktor penentu beban pajak dimana semakin tinggi laba suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula beban pajak yang akan dibayarkan. Salah satu rasio profitabilitas adalah

return on total assets (ROA), menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dkk. (2018); Prasista dan Setiawan (2016); Jessica dan Toly (2014) menunjukkan ada hubungan terbalik antara profitabilitas dengan agresivitas pajak, dimana apabila ROA (profitabilitas) mengalami peningkatan, maka agresivitas pajak akan mengalami penurunan.

Faktor lain yang diprediksi dapat mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan adalah *leverage*, nama lain dari rasio utang. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2013:151). Ada perbedaan yang didapatkan dari beberapa penelitian mengenai pengaruh *Leverage* terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian Suyanto dan Supramono (2012) membuktikan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun, hasil penelitian Anita (2015) berbeda dimana *Leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Hasil-hasil penelitian yang terdahulu yang masih tidak konsisten memotivasi untuk melakukan penelitian kembali faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak. Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada penelitian Subagja (2018) dengan perbedaan adanya sebagai berikut: (1) Penelitian ini mengurangi variabel independen terdahulu yaitu kepemilikan keluarga dan ukuran perusahaan. (2) Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan populasi penelitian Subagja (2018) adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang jumlahnya lebih banyak daripada

perbankan. Pertimbangan untuk mengurangi variabel independen dari penelitian terdahulu adalah jumlah populasi penelitian yang relatif lebih sedikit. (3) Periode penelitian ini adalah 2018-2020 sedangkan Subagja (2018) adalah 2014-2016.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Agensi sebagaimana yang dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) yang mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (yang disebut *principal*), terlibat dengan orang lain (*agen*) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan serta memberikan delegasi bagi beberapa kewenangan dalam membuat keputusan kepada *agen*. Teori ini menjelaskan juga hubungan antara pemberi kerja dan penerima kerja untuk melakukan pekerjaan dimana pemberi kerja yang disebut *principal* akan memberikan hak kepada orang lain yang disebut sebagai *agent* guna menjalankan haknya. (Wicaksono, 2017). Dalam hal agresivitas pajak ini, pemerintah bertindak sebagai pihak *principal* dikarenakan pihak pemerintah merupakan pihak yang memberikan tanggungjawab kepada perusahaan untuk mengelola perpajakannya. Kondisi ini mengingat sistem perpajakan di Indonesia yang berlaku saat ini menganut *sistem self assessment system* dimana pada sistem ini perusahaan diberikan tanggungjawab untuk mengelola perpajakannya, mulai dari menghitung besaran pajak hingga melaporkannya.

Armour, Hanssman & Kraakman (2009) dalam (Alkausar et al., 2020) mengembangkan teori keagenan lain yang membahas terkait hubungan

dengan pihak ketiga, misalnya hubungan antara fiskus dan perusahaan dimana fiskus mengharapkan adanya pemasukan sebesar-besarnya dari hasil pemungutan pajak, disisi lain manajemen perusahaan mengupayakan agar perusahaan menghasilkan laba yang maksimal dengan beban pajak seminimal mungkin. Adanya perbedaan cara pandang ini menyebabkan masalah antara fiskus sebagai pemungut pajak dengan manajemen perusahaan sebagai wajib pajak. Pada sistem *self assessment*, wajib pajak berperan sebagai agen yang menjalankan kewajiban perpajakan sedangkan fiskus bertindak sebagai prinsipal dalam hubungan keagenan yang terbentuk. Sebagai bentuk upaya melindungi kepentingannya, wajib pajak (*agent*) akan melakukan usaha – usaha yang tujuan meminimalkan beban pajak yang ditanggung. Usaha - usaha tersebut dapat berupa cara legal maupun ilegal (Frank et al, 2009) seperti yang dikutip Simorangkir et al (2018).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial serta reaksi yang muncul akibat batasan tersebut dalam mendorong perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya (Ghozali & Chariri, 2014). Legitimasi muncul karena adanya kesesuaian antara kegiatan organisasi dengan harapan masyarakat. Perusahaan dikatakan memiliki legitimasi pada saat sistem nilai yang dimiliki oleh perusahaan selaras dengan sistem nilai di masyarakat (Mustika, 2017). Menurut Rustiarini (2011) dalam Rengganis & Putri (2018),

teori legitimasi adalah teori yang banyak digunakan guna memperluas teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan sangat menginginkan adanya legitimasi sosial karena perusahaan dapat memperkuat keuangannya secara maksimal dalam jangka waktu panjang pada saat mendapatkannya berupa respon positif masyarakat terhadap perusahaan serta pelaku pasar modal. Yang mendasari teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang muncul diantara perusahaan dan masyarakat di lokasi operasional perusahaan. Ketidakharmonisan yang muncul diantara keduanya akan menjadi ancaman bagi legitimasi perusahaan.

Agresivitas Pajak

Peningkatan penerimaan dari sektor pajak merupakan salah satu yang menjadi *concern* pemerintah sehingga berbagai macam upaya dilakukan untuk mencapai hal tersebut. Namun demikian, tidak jarang dalam pelaksanaannya mengalami kendala. Salah satunya adalah upaya mengurangi biaya – biaya termasuk beban pajak yang dilakukan oleh pemilik usaha (badan). Tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai upaya untuk mengurangi beban pajak yang ditanggihkan disebut sebagai tindakan agresivitas pajak. Beberapa perusahaan diduga melakukan upaya mengurangi pajak terutang dengan cara meminimalisasi penghasilan kena pajak perusahaan. Tindakan perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya termasuk dalam upaya menghindari pajak. Agresivitas pajak didefinisikan sebagai seluruh aktivitas perencanaan pajak perusahaan dalam upaya mengurangi tingkat pajak efektif (Hlaing, 2012) dalam (Media et al, 2019).

Keputusan manajemen dibuat dengan menimbang manfaat dan kerugian akibat dari tindakan pajak

agresif. Beberapa manfaat tindakan agresivitas pajak yaitu: (1) keuntungan berupa penghematan pajak yang diperoleh akan meningkatkan kas yang diterima oleh pemegang saham, (2) kompensasi yang diterima oleh manajemen dari pemegang saham sebagai imbalan atas penghematan pajak dari aktivitas agresif pajak, (3) kesempatan manajemen melakukan *rent extraction* yaitu tindakan oportunistik manajemen dengan tidak memaksimalkan kepentingan pemegang saham (Simorangkir et al, 2018).

Corporate Social Responsibility

Rusdianto (2013:7) dalam Simorangkir et al (2018) mengemukakan bahwa didalam konsep *Corporate Social Responsibility* mengandung makna perusahaan bukan hanya merupakan entitas yang beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, melainkan juga harus memberikan kontribusi dan beradaptasi dengan lingkungan serta masyarakat dimana perusahaan melakukan operasi bisnisnya. Definisi lain *Corporate*

Social Responsibility yang disampaikan oleh Mardikanto (2018) dalam (Romadhina, 2020) sebagai kewajiban pengusaha dalam meracik kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti arah tindakan yang diinginkan yang sesuai dengan tujuan serta nilai pada masyarakat. Rusdianto (2013:8) dalam (Simorangkir et al, 2018) berpendapat bahwa sejalan dengan pandangan bisnis *triple bottom lines* yang mengharuskan dunia bisnis untuk dapat menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*) serta kinerja lingkungan (*planet*). Penungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan sebagai bentuk interaksi dan digunakan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat

sosial. Sejauh mana kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan, dapat dilihat melalui pengungkapannya. Di Indonesia, hingga saat ini belum terdapat standard khusus yang mengatur tentang pengungkapan CSR.

Profitabilitas

Profitabilitas menurut Sutrisno (2009:16) adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya. Sedangkan menurut Harahap (2009:304) “profitabilitas menggambarkan sebagai kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya”. Brigham dan Houston (2009:109) mendefinisikan “profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan”. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber daya yang ada didalam perusahaan itu sendiri.

Tujuan akhir terpenting yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio profitabilitas. Menurut Kasmir (2011:196) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2009:107) adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan efek – efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini terdiri dari margin laba atas penjualan, rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan

laba, tingkat pengembalian atas total aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas saham biasa. Rasio profitabilitas biasanya menjadi bahan pertimbangan investor untuk menanamkan modalnya disuatu perusahaan. Apabila tingkat profitabilitas perusahaan terhadap pengembalian saham tinggi, maka perusahaan tersebut akan dipilih oleh seorang investor untuk menanamkan sahamnya. Rasio profitabilitas dipengaruhi oleh penjualan dan investasi dimana semakin besar aktivitas penjualan dan investasi maka akan semakin besar pula rasio profitabilitasnya.

Menurut Kasmir (2008:199), secara umum ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari,

1. *Net Profit Margin* (NPM)

Riyanto (2013:336) menyatakan bahwa “*Net Profit Margin* adalah perbandingan antara *net operating income* dengan *net sales*. Rasio ini menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan bersih yang dilakukan perusahaan. *Net Profit Margin* (NPM) dirumuskan sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

2. *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2012:201). ROA bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk memperoleh laba dan mengukur hasil total untuk seluruh kreditor serta pemegang saham selaku penyedia sumber dana. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$$

3. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity yaitu rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham (Brigham & Houston, 2010). Sawir (2009:20) menyatakan bahwa *Return On Equity* adalah rasio yang memperlihatkan sejauh mana perusahaan dapat mengelola modal sendiri secara efektif menghasilkan tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan para pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{modal sendiri}}$$

4. *Earning Per share* (EPS)

Menurut Harahap (2008: 306) *Earning Per Share* adalah rasio yang menunjukkan berapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba. Oleh karena itu, *Earning Per Share* sebagai suatu indikator keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya sangat menarik bagi perusahaan, manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang. EPS dirumuskan sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{jumlah lembar saham beredar}}$$

Leverage

Menurut Wiagustini (2014:85) dalam Windaswari et al (2018) *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek maupun jangka panjang serta sebagai alat ukur untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dibiayai dari

utang. Menurut Siregar dan Dini (2016) pihak yang berkepentingan secara langsung ataupun tidak langsung terhadap eksistensi perusahaan adalah para pemangku kepentingan. Usaha untuk mempertahankan laba dalam kondisi stabil akan dilakukan oleh perusahaan yang memanfaatkan *leverage* dalam kegiatan operasionalnya guna kesinambungan dengan pihak kreditur sebagai salah satu stake holder. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin terikat dengan kepentingan kreditur untuk mempertahankan laba perusahaan dalam kondisi stabil sehingga tidak agresif dalam hal perpajakan. Hal ini dikarenakan semakin besar upaya perusahaan untuk meningkatkan laba maka akan semakin besar pula beban pajak yang dibayarkan (Adisamartha dan Naniek, 2015).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Corporate social responsibility adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan berupa bermacam aktivitas sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* dalam upaya menciptakan legitimasi dan reputasi perusahaan agar dapat diterima oleh masyarakat. Semakin tinggi aktivitas CSR, maka akan semakin banyak perusahaan dikenal masyarakat. Semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan, legitimasi dan reputasi yang diberikan oleh masyarakat menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan aktivitas lain yang memberikan efek merugikan citra perusahaan seperti tindakan agresivitas pajak.

Teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan

hubungan dengan lingkungan sosialnya untuk mendapatkan reputasi dan legitimasi yang dibutuhkan perusahaan selaras dengan upaya perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya yaitu memperoleh laba. Guna menjaga dan memelihara reputasi dan legitimasi, perusahaan tidak boleh melakukan tindakan – tindakan yang bertentangan dengan nilai, norma dan harapan masyarakat seperti tindakan agresivitas pajak. Penelitian Simorangkir et al (2018) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak dikarenakan semakin tinggi tingkat aktivitas CSR maka semakin rendah tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, semakin banyak aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan maka reputasi dan legitimasi perusahaan tersebut di masyarakat akan semakin baik sehingga perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mempertahankan citranya serta menghindari tindakan yang berpotensi untuk menghilangkan legitimasi perusahaan seperti tindakan agresivitas pajak.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Manajemen perusahaan dianggap berhasil mengelola apabila perusahaan memiliki keuntungan besar dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemilik perusahaan. Seharusnya perusahaan yang menghasilkan keuntungan yang besar juga siap dengan kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Anggapan pajak sebagai salah satu tambahan biaya yang harus ditanggung perusahaan karena dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan diprediksi melakukan

tindakan yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Profitabilitas perusahaan menggambarkan efektif atau tidaknya manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan sehingga dapat mencapai target yang diharapkan pemilik perusahaan (Wiagustini 2010). Profitabilitas merupakan salah satu faktor penentu beban pajak karena perusahaan yang memiliki keuntungan besar akan membayar pajak setiap tahunnya sedangkan sebaliknya perusahaan yang memiliki keuntungan yang rendah atau mengalami kerugian akan membayar pajak yang lebih sedikit atau tidak sama sekali membayar pajak (Roodriguez & Aries 2013).

Profitabilitas atau laba adalah dasar pengenaan pajak bagi perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin tinggi beban pajak yang akan dibayarkan sehingga kecenderungan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak semakin besar. Hal tersebut didukung dengan penelitian Dinar (2020), Wahyu (2019), Sri Ayem (2019) dan Sari (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh pada agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

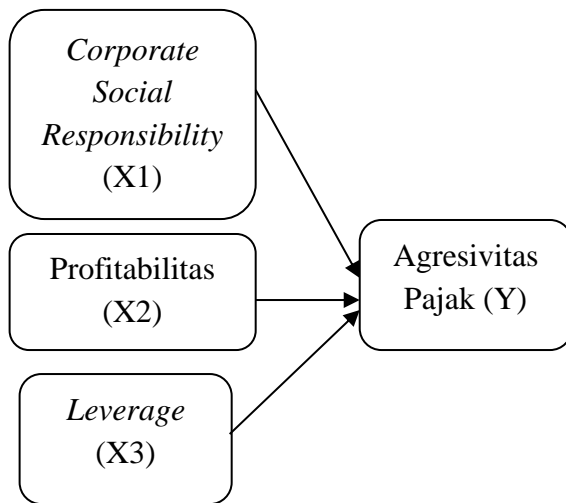
Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Namun, utang akan menyebabkan adanya beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan lebih rendah karena insentif pajak atas bunga utang semakin

besar sehingga perusahaan akan tidak melakukan pembiayaan melalui hutang dengan bunga yang besar hanya untuk sekedar melakukan agresivitas pajak. Perusahaan yang menggunakan *leverage* tinggi dalam operasionalnya maka terikat dengan pihak kreditur untuk tetap mempertahankan laba perusahaan dalam kondisi stabil. Berdasarkan pada teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan hubungan dilingkungan sosial untuk mendapatkan reputasi dan legitimasi yang dibutuhkan perusahaan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan demikian, ketika perusahaan mampu mempertahankan hal itu, maka para investor ataupun kreditur akan menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan (Nurhandono & Firmansyah, 2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebijakan pendanaan yang menggunakan utang atau dana pihak ketiga untuk membiayai operasi perusahaan mempengaruhi indikasi tindakan agresivitas pajak yang akan dilakukan suatu perusahaan.

H3: *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

**KERANGKA PEMIKIRAN
 TEORITIS**



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran Teori

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian - pengujian teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka serta melakukan analisis data statistik dari data-data yang didapatkan. Populasi yang digunakan pada penelitian adalah seluruh bank umum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling dengan kriteria eksklusi adalah bank umum yang tidak terdaftar pada periode tersebut serta yang memiliki laba negatif selama periode 2018 - 2020. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Pada metode studi pustaka, pengumpulan data dilakukan dengan melaksanakan telaah pustaka, mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak. Menurut Susanto, dkk (2018) dalam (Romadhina, 2020), tujuan dari agresivitas pajak adalah untuk memanipulasi laba perusahaan dengan cara perencanaan pajak baik secara legal maupun ilegal. Agresivitas perpajakan tidak semata-mata dilakukan perusahaan karena ketidakpatuhan wajib pajak atas peraturan perpajakan, melainkan dapat juga bertujuan untuk penghematan dengan memanfaatkan celah yang ada dalam peraturan perundang-undangan. Agresivitas pajak diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR), dengan rumus :

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

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (X1)

Menurut Lanis dan Richardson (2012) dalam Simorangkir et al (2017), tingkat kegiatan *corporate social responsibility* sebuah perusahaan diukur dengan menggunakan proyeksi indeks pengungkapan *corporate social responsibility*. Dalam penelitian ini yang dipilih adalah pedoman berkelanjutan GRI dan kemudian dilakukan pencocokan dengan laporan tahunan perusahaan. *Corporate social responsibility* diukur dengan rumus:

Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan kemampuan pengelolaan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal. Dalam penelitian ini menggunakan *Return Of Asset (ROA)* untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan, karena ROA menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola aktiva. Pengelolaan aktiva baik modal sendiri maupun dari modal pinjaman, investor akan melihat seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset (Rinaldi,2015):

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Leverage (X3)

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Rumus *Leverage* menurut penelitian (Windaswari et al, 2018) dihitung dengan menggunakan rasio *Total Debt to Total Asset (DTA)*. Apabila rasio ini meningkat maka semakin banyak hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba. Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan rumus :

$$DTA = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Metode Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016), analisis statistik deskriptif digunakan guna menggambarkan atau menjelaskan suatu data berdasarkan nilai maksimum, minimum, rerata (mean), median, modus serta standar deviasi. Tujuan dari analisis statistik

deskriptif adalah memberikan gambaran mengenai suatu data penyajian data menjadi lebih mudah dipahami dan informatif dalam memahami variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan agar mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dilakukan analisa serta mengetahui apakah metode analisis regresi nantinya dapat menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel mengingat tidak semua data dapat dilakukan analisa menggunakan regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2016:192). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas (independen) ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$). Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur dan mengetahui hubungan antara variabel dependen terhadap ketiga variabel independen. Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage*. Variabel dependen yaitu Agresivitas Pajak.

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{ CSR} + \beta_2 \text{ P} + \beta_3 \text{ Lev} + \epsilon$$

Keterangan :

Y	= Agresivitas Pajak
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
CSR	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
P	= Profitabilitas
Lev	= <i>Leverage</i>
ϵ	= <i>Error</i>

Uji Kebaikan Model

1. Uji Statistik F

Uji ini digunakan untuk menguji apakah semua variable independen yang dimasukkan dalam penelitian memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan secara simultan dengan membandingkan antara tingkat signifikansi dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian. Cara pengujian simultan terhadap variable independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Nilai signifikansi $f \leq 0,05$ berarti semua variable independen secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen dan nilai signifikansi $f \geq 0,05$ berarti semua variable independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable dependen

2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R2*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai dari koefisien determinasi adalah nol dan satu dimana nilai yang kecil berarti kemampuan variable independen untuk menjelaskan variable dependen sangat terbatas. Jika koefisien mendekati angka satu, maka dikatakan bahwa variable independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

3. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Perumusan Hipotesis

a) $H_0: \beta \geq 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a1}: \beta < 0$, artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

b) $H_0: \beta \geq 0$, artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a2}: \beta < 0$, artinya Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

c) $H_0: \beta \leq 0$, artinya *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

$H_{a3}: \beta > 0$, artinya *Leverage* berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.

2. Menentukan tingkat signifikan (α) yaitu sebesar 5%.

3. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan H_0 , yaitu dengan melihat nilai signifikan sebagai berikut:

a) Hipotesis Positif: jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Namun jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

b) Hipotesis Negatif: jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Namun jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Ada sejumlah 44 bank umum konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan yang telah dipublikasikan serta laporan tahunan. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Kriteria Sampel

No	Keterangan	Jumlah BUK
1.	Bank umum konvensional yang menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode penelitian serta memiliki data dan informasi lengkap yang dapat digunakan dalam penelitian ini selama periode 2018-2020.	26
2.	Bank umum konvensional yang mempublikasikan laporan <i>good corporate governance</i> secara lengkap yang dibutuhkan selama tahun 2018-2020.	26
3.	Bank umum konvensional yang mengalami kerugian	(3)
	Bank umum konvensional tidak mengalami kerugian	26

	selama periode penelitian, karena hal ini akan menyebabkan nilai CETR menjadi negatif sehingga akan menyulitkan perhitungan.	
4.	Bank umum syariah yang menggunakan satuan rupiah dalam laporan keuangannya.	26
	Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	26
	Jumlah periode penelitian	3
	Total data yang dijadikan sampel	78

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 26 bank umum konvensional, dengan periode pengamatan 3 tahun berturut-turut, maka penelitian ini menggunakan data dalam bentuk data *pooled cross sectional* yaitu dengan menggabungkan data *cross section* selama 3 tahun berturut-turut, maka jumlah data yang diolah sebanyak 76 bank umum konvensional.

Hasil Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah teknik statistik yang bertujuan untuk memberikan gambaran informasi mengenai karakteristik suatu data agar data yang disajikan menjadi mudah dipahami dan informatif yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), median, modus, dan standar deviasi. (Ghozali, 2016). Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap

Agresivitas Pajak. Berikut hasil analisis statistik deskriptif :

Tabel 2.
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Agresivitas Pajak, Corporate Social
Responsibility, Profitabilitas, dan
Leverage

	N	Mean	Std. Deviation	Min	Max
	Valid				
CS R	78	.1577	.02554	.11	.23
RO A	78	.0117	.00798	.00	.03
DT A	78	.8304	.04926	.72	.98
ET R	78	.2593	.12733	.00	.92

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa n atau jumlah data pada setiap variabel yaitu 78 data yang berasal dari sampel bank umum konvensional yang terdaftar di BEI periode 2018 hingga 2020. Penjelasan dari masing-masing variabel sesuai dengan tabel adalah sebagai berikut : Agresivitas pajak adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang berusaha untuk mengurangi beban pajak. Pada agresivitas pajak yang diukur dengan menggunakan rumus ETR, diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,12733 dan nilai rata-rata sebesar 0,2593 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari dari nilai rata-rata. Hal ini

menunjukkan rendahnya variasi atau bisa pula dinyatakan ada kesenjangan yang tidak terlalu besar antara nilai minimum dan maksimum selama periode pengamatan. Nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimal sebesar 0,92. Bank umum konvensional dengan nilai ETR terendah adalah Bank Nasionalnobi Tbk dan tertinggi adalah Bank Sinarmas Tbk. Nilai rata-rata sebesar 0,2593 menunjukkan agresivitas pajak bank umum konvensional yang relatif agresif.

Corporate Social Responsibility merupakan aktivitas perusahaan yang memberikan kontribusi sosial dimana perusahaan tersebut menjalankan operasi bisnisnya. CSR yang diukur melalui pengungkapan CSR berdasarkan pedoman GRI yang dicocokkan dengan item pada laporan tahunan perusahaan. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,02554 dan nilai rata-rata sebesar 0,1577 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal tersebut menunjukkan penyimpangan atau kesenjangan yang tidak terlalu besar antara nilai minimum dan maksimal selama periode pengamatan. Nilai minimum sebesar 0,11 dan nilai maksimal sebesar 0,23. Nilai CSR terendah dicapai oleh Bank Nasionalnobi Tbk dan tertinggi oleh Bank Rakyat Indonesia Tbk.

Profitabilitas merupakan kemampuan pengelolaan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal. Dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset (ROA)* untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan karena ROA menunjukkan efektifitas perusahaan dalam mengelola aktiva. Dari besaran ROA, investor akan melihat seberapa efektif perusahaan dalam melakukan pengelolaan aktiva baik modal sendiri maupun dari modal pinjaman. Nilai standar deviasi dari hasil perhitungan

untuk ROA adalah sebesar 0,00798 dan nilai rata-rata sebesar 0,0117 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan rendahnya kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum. Nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 0,03. Nilai ROA terendah dicapai oleh Bank Sinarmas Tbk dan tertinggi oleh Bank Central Asia Tbk. Nilai rata-rata ROA sebesar 0,0117 yang artinya kemampuan bank umum konvensional untuk menghasilkan laba dari asset yang dimilikinya rendah.

Leverage adalah sejauh mana perusahaan dalam menjalankan operasional bisnisnya dibiayai dengan utang. *Leverage* yang diukur dengan *rasio total debt to total asset* diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,04926 dan nilai rata-rata sebesar 0,8304. Dapat disimpulkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata, hal tersebut menunjukkan rendahnya kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum. Nilai minimum sebesar 0,72 dan nilai maksimum sebesar 0,98. Nilai *Leverage* terendah dicapai oleh Bank Mestika Dharma Tbk dan tertinggi oleh Bank Maybank Indonesia. Nilai rata-rata yang sebesar 0,8304 yang kurang dari 1 menunjukkan bahwa bank umum konvensional masih sehat dan lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa rata-rata bank umum konvensional dibiayai dari hutang.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis dan mengetahui bahwa metode analisis regresi dapat menunjukkan hubungan yang signifikan karena tidak semua dapat dianalisis dengan regresi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji

normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik Kolmogorof-Smirnov (K-S). Dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan uji Komogorof-Smirnov (K-S) yaitu jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi tidak normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan Kolmogorof-Smirnov (K-S) :

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas Sebelum Outlier

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11468416
Most Extreme Differences	Absolute	.194
	Positive	.142
	Negative	-.194
Kolmogorov-Smirnov Z		1.176
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0,006. Syarat pengambilan keputusan bahwa suatu data terdistribusi normal yaitu jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada uji Kolmogorov-Smirnov bernilai lebih dari 0,05. Dari hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov diatas bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah 0,006 yang berarti kurang dari 0,05. Hal

tersebut menunjukkan bahwa variabel pengganggu atau residual pada penelitian ini tidak terdistribusi normal. Untuk mengatasi data yang tidak berdistribusi normal salah satunya yaitu menggunakan *outlier*.

Data yang awalnya berjumlah 78 ternyata ada variabel pengganggu atau residual yang tidak berdistribusi normal. Ada 4 data yang harus dihilangkan dikarenakan 4 data yang diambil sebagai sampel memiliki nilai ekstrim dan tidak berdistribusi normal. Setelah dilakukan *trimming outlier* data yang diperoleh menjadi 74 data, berikut merupakan hasil uji normalitas setelah *outlier* :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07912758
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.101
	Negative	-.136
Kolmogorov-Smirnov Z		1.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.131

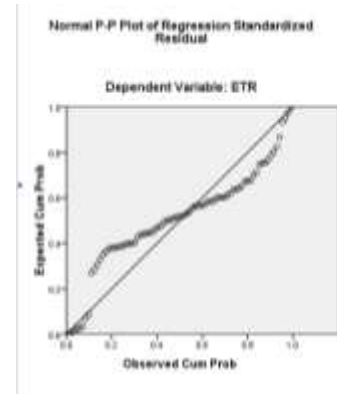
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4. pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,131 yang tentunya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel pengganggu atau residual tersebut berdistribusi normal atau H0 diterima.

Kemudian untuk menambah keyakinan, maka dilakukan uji P-Plotter. Untuk menunjukkan distribusi normal maka data harus menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis

diagonal. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Gambar 2 Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot



Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen, maka hubungan antara variabel independen atau variabel dependen menjadi terganggu. Model regresi yang tidak baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai VIF <10 dan tolerance >0,10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.989	1.011
	ROA	.831	1.204
	DTA	.836	1.196

Sumber : Data Sekunder yang diolah,
2021

Berdasarkan hasil data SPSS versi 26 pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel <10 sehingga hal ini menunjukkan bahwa untuk semua variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas terhadap variabel dependen karena nilai VIF tidak melebihi nilai 10 dan untuk nilai *tolerance* mendekati angka 1 (tolerance melebihi angka 0,1). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala mulikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah data dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian ini dapat dilihat apakah ada autokorelasi atau tidak dengan Uji Durbin – Watson (DW test) jika nilai DW berada diatas tabel nilai 4-du atau lebih kecil dari du maka menunjukkan adanya gejala autokorelasi dalam model regersi. Hasil uji Durbin-Watson dapat kita ketahui dengan melihat tabel dibawah ini. Berikut merupakan hasil uji autokorelasi Uji Durbin – Watson untuk model regresi pada penelitian ini

Tabel 6.
Hasil Uji Durbin – Watson (sebelum transform)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.434 ^a	.189	.156	.11699	2.372

a. Predictors: (Constant), DTA, CSR, ROA

b. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas sebelum ditransform tersebut, menunjukkan bahwa nilai DurbinWatson 2.372. Nilai ini selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai 5% (0,05) jumlah sampel 78 (N) dan jumlah variabel independen dalam penelitian ini ada 3 maka (K=3), di dapat angka 1.7129 dari tabel DurbinWatson. Berdasarkan hasil angka tersebut kemudian dimasukkan kedalam rumus pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi yaitu $du < dw < 4 - du$, jadi hasil rumus tersebut menunjukkan adanya gejala autokorelasi yang seharusnya nilai dw lebih besar dari du dan nilai dw lebih kecil dari 4 - du, cara mengatasi agar tidak terjadi autokorelasi dengan di transform. Berikut hasil uji autokorelasi sesudah ditransform

Tabel 7.
Hasil Uji Durbin – Watson (sesudah transform)

Model Summary ^b						Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson		B	Std. Error			
1	.518 ^a	.269	.237	.08081	2.162	(Constant)	-.016	.135		-.118	.907
						CSR	-.219	.256	-.098	-.856	.395
						ROA	-.1637	.905	-.225	-1.809	.075
						DTA	.148	.152	.121	.976	.332

a. Predictors: (Constant), DTA, CSR, ROA

b. Dependent Variable: ETR

Berdasarkan tabel diatas setelah ditransform, menunjukkan bahwa nilai dw sebesar 2.162. Nilai ini selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai 5% (0,05) jumlah sampel 78 (N) dan jumlah variabel independen dalam penelitian ini ada 3 maka (K=3), di dapat angka 1.7129 dari tabel Durbin-Watson. Berdasarkan hasil angka tersebut kemudian dimasukkan kedalam rumus $du < dw < 4 - du$, jadi $1,7129 < 2.162 < 2.372$. Maka dapat disimpulkan sudah tidak terjadi gejala autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang seharusnya tidak mengalami heterokedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji Glester-Test yaitu dengan meregresikan antara variabel independent dengan nilai absolut residualnya terhadap variabel dependen. Hasil pengujian uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedastisitas

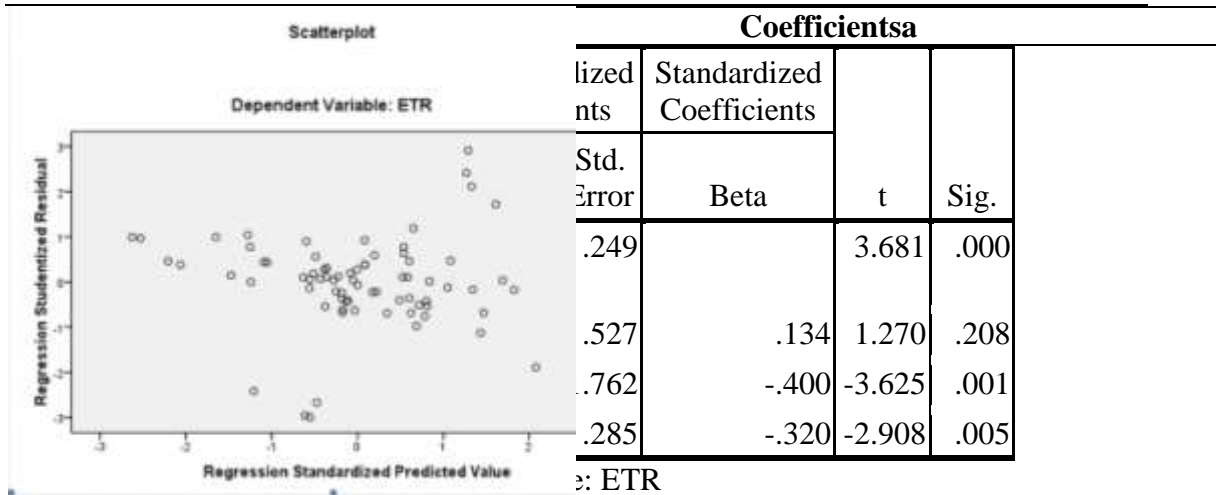
Coefficientsa

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel 8. menunjukkan variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi $0,395 > 0,05$, nilai signifikansi Profitabilitas $0,075 > 0,05$, dan nilai signifikansi *Leverage* $0,332 > 0,05$. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* dari pengujian menggunakan uji *Glester-Test* dapat diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Guna mendapatkan hasil pengujian yang lebih akurat maka diperlukan grafik *scatterplot* sebagai berikut :

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas dengan Grafik Scatterplot



Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 3. dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Berdasarkan tabel 9. hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 26, maka dapat disimpulkan hasil model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,916 + 0,670 X_1 - 6,387 X_2 - 0,828 X_3 + \epsilon$$

Y = agresivitas pajak

X1 = *Corporate Social Responsibility*

X2 = Profitabilitas

X3 = *Leverage*

Persamaan model regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linear berganda yang baik adalah yang memenuhi kriteria asumsi klasik yaitu harus normal, model bebas dari multikolinearitas, dan tidak terjadi heterokedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model pada penelitian ini memenuhi kriteria uji asumsi klasik, sehingga model dalam penelitian ini dianggap layak dan baik. Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda :

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,916 menjelaskan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X1), Profitabilitas (X2), dan *Leverage* (X3) nilainya dianggap konstanta atau tetap maka nilai dari Agresivitas Pajak adalah 0,916.
- 2) Nilai koefisien *Corporate Social Responsibility* (X1) adalah sebesar 0,670 bernilai positif, yang artinya apabila *Corporate Social Responsibility* (X1) naik satu satuan maka akan meningkatkan Agresivitas Pajak (Y) sebesar 0,670 dengan asumsi variabel independent lainnya tetap.
- 3) Nilai koefisien Profitabilitas (X2) adalah sebesar -6,387 bernilai

Tabel 9.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

negatif, yang artinya apabila Profitabilitas (X2) naik satu satuan maka akan menurunkan Agresivitas Pajak (Y) sebesar -6,387 dengan asumsi variabel independent lainnya tetap.

- 4) Nilai koefisien *Leverage* (X3) adalah sebesar -0,828 bernilai negatif, yang artinya apabila *Leverage* (X3) naik satu satuan maka akan menurunkan nilai Agresivitas Pajak (Y) sebesar -0,828 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Uji Kebaikan Model

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen pada penelitian ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria keputusan yang digunakan adalah apabila nilai sigfinikan < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi dapat menjelaskan bahwa variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji kelayakan model (Uji F):

Tabel 10. Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	
1	Regression	.168	3	.056	8.572
	Residual	.457	70	.007	
	Total	.625	73		

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi

sebesar 0,000 yaitu kurang atau sama dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Agresivitas Pajak atau secara simultan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi atau R² digunakan untuk mengukur berapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted R-square*. Berikut adalah hasil pengujian nilai koefisien determinasi.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 ^a	.269	.237	.08081	2.162

a. Predictors: (Constant), DTA, CSR, ROA
 b. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 11. diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,237 atau sebesar 23,7%. Hal ini berarti variabel dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* secara keseluruhan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak sebesar 23,7%. Sedangkan sisanya sejumlah 76,3%

dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh secara individu (parsial) variabel *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap variabel agresivitas pajak. Uji t dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikansi dengan $\alpha = 0,05$. Berikut adalah hasil dari uji t:

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Coefficientsa				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	.728	.193			3.761	.000
CSR	.917	.368	.256		2.491	.015
ROA	-5.815	1.299	-.502		-4.477	.000
DTA	-.650	.218	-.333		-2.982	.004

a. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2021

a) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Pengujian hipotesis pertama adalah untuk menguji apakah *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar 0,917 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas

pajak. Oleh karena itu hipotesis pertama yang berbunyi “*corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak” diterima.

b) Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Pengujian hipotesis yang kedua adalah untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -8,185 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang berbunyi “profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak” diterima.

c) Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Pengujian hipotesis ketiga adalah untuk menguji *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai koefisien sebesar -0,650 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu hipotesis ketiga yang berbunyi “*leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak” diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*

berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini mengindikasikan aktivitas CSR dapat mempengaruhi agresivitas pajak.

Corporate social responsibility yang diukur melalui pengungkapan item-item CSR mampu memberikan pengaruh kepada bank umum konvensional, karena tinggi dan rendahnya tingkat aktivitas *corporate social responsibility* mempengaruhi tidak dilakukannya agresivitas pajak pada bank umum konvensional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simorangkir et al (2018) dan Media et al (2019) dimana *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Namun hasil yang didapatkan berbeda dengan penelitian Romadhina (2020) dimana *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Profitabilitas

Terhadap Agresivitas Pajak

Pada pengujian hipotesis yang kedua menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Setelah melakukan pengujian ternyata profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa secara statistik profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak dari bank umum konvensional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Prasista & Setiawan (2016), Hidayat dkk (2016) serta Jessica dan Tolly (2014) dimana profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian Mustika (2017) yang membuktikan bahwa tidak ada pengaruh profitabilitas terhadap tingkat agresivitas pajak.

Variabel profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi berusaha untuk selalu mentaati pembayaran pajak dengan pertimbangan citra perusahaan akan menjadi buruk apabila perusahaan melakukan agresivitas pajak. Sedangkan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas rendah tidak akan mentaati pembayaran pajak perusahaan guna untuk mempertahankan aset perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Terbukti bahwa semakin tinggi *leverage* yang diperoleh bank umum konvensional, maka semakin tinggi pula tindakan agresivitas pajak yang dilakukan. Teori legitimasi menjelaskan diperlukan upaya-upaya dari perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan hubungannya dengan lingkungan sosial guna memperoleh reputasi dan legitimasi yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu perusahaan yang menggunakan *leverage* tinggi untuk operasionalisasinya maka semakin terikat dengan pihak kreditur sehingga berupaya mempertahankan laba perusahaan agar selalu dalam kondisi stabil.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Windaswari et al (2018) dimana *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini mungkin disebabkan perbedaan dari sampel

penelitian yang digunakan. Beberapa penelitian lain seperti Nurhandono & Firmansyah (2017) sejalan dengan penelitian ini dimana leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada bank umum syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 -2020 sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Corporate Social Responsibility terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya aktivitas dan pengungkapan CSR mempengaruhi terjadinya tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut disebabkan karena manajemen atau *agent* dalam melakukan agresivitas pajak menjadikan ada atau tidaknya aktivitas CSR sebagai pertimbangan untuk tidak melakukan agresivitas pajak.

Profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap terjadinya tindakan agresivitas pajak. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan. Dimana perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi akan selalu mentaati pembayaran pajak dikarenakan pertimbangan citra perusahaan akan menjadi buruk apabila perusahaan melakukan agresivitas pajak.

Leverage terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi *leverage* perusahaan maka semakin

tinggi perusahaan melakukan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan dalam mengelola perusahaan bergantung pada hutang dan semakin besar hutang maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga hutang semakin besar.

Keterbatasan Penelitian

Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 23,7% yang diperoleh dalam penelitian maka hal tersebut menjadi suatu keterbatasan dimana dalam penelitian ini hanya menguji 3 variabel independen, yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage*. Masih banyak variabel lain yang diduga mempengaruhi agresivitas pajak.

Saran

Pengaruh dari ketiga variabel yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* hanya memberikan pengaruh sebesar 23,7% terhadap agresivitas pajak secara bersama-sama sehingga bisa dinyatakan bukan merupakan variabel yang memberikan pengaruh yang besar. Masih ada 76,3% faktor lain yang menjadi variabel yang mempengaruhi secara kuat terhadap agresivitas pajak. Bagi akademisi, menjadi peluang penelitian selanjutnya dengan menggunakan model lain dalam menghitung agresivitas pajak. Seperti abnormal BTD (*book tax difference*). Penelitian selanjutnya diharapkan adanya penambahan tahun penelitian dan penggunaan sektor lain seperti perusahaan manufaktur yang memiliki resiko bisnis yang tinggi. Namun perlu menjadi perhatian bahwa dengan penambahan sektor lain dalam sampel memungkinkan data menjadi tidak homogen mengingat karakteristik bisnis yang dijalankan berbeda. Perusahaan

sebaiknya terus bekerja menjalankan operasi bisnisnya secara maksimal dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja dari tiap divisi yang ada agar dapat mengendalikan faktor yang akan dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak hendaknya hendaknya untuk lebih mempertegas dan memperjelas peraturan-peraturan mengenai perpajakan di Indonesia agar tidak ada lagi perusahaan yang memmanfaatkan cela di dalam peraturan perundang-undangan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, F. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan* terhadap Agresivitas Pajak. JOM Fekon Vol. 2 No. 2 Oktober 2015. Universitas Riau.
- Brigham dan Houston. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Buku 1 (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A. dan Imam G. (2014). *Teori Akuntansi International Financial Reporting Standards*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Chen, Chen, Cheng, and Shevlin. (2010). *Are Family Firms more Tax Aggressive than Nonfamily Firms?*. *Journal of Financial Economics*. 91, (1), 41-61. Research Collection School Of Accountancy.
- Darmadi, I.N.H.(2013). Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pajak dengan Indikator Tarif Pajak Efektif: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2012. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Fahmi, I.(2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I.(2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hanafi, M dan Abdul H. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) STIM YKPN.
- Hidayat, A.T., & Fitria, E. F. (2018). Pengaruh *Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas dan Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak. STIE PGRI Dewantara Jombang, Vol.13 No.2(ISSN: 2549-6018 (online) ISSN: 19-07-7513 (Print)), 157-168
- Himawan,A.(2017).Fitra: Setiap Tahun, Penghindaran Pajak Capai Rp110 Triliun. <https://www.suara.com/bisnis/2017/11/30/190456/fitra-setiap-tahun-penghindaran-pajak-capai-rp110-triliun> diakses tanggal 7 Agustus 2018.
- Jensen, MC and William H. Meckling. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics* 3 (1976) 305-360.
- Jessica, & A.A Toly. (2014). Pengaruh Pengungkapan Program

- Corporate Social Responsibility. Tax & Accounting Review*, 5(2), 193–203.
- Kasmir. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Cetakan ke-6, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kurniasih, T., & Ratna Sari, M. (2013). Pengaruh *Return on Assets, Leverage, Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal pada *Tax Avoidance*. Buletin Studi Ekonomi, 18(1), 58–66.
- Lanis, R dan Richardson, G. (2012). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis*. J. Account. Public Policy 31 (2012) 86–108.
- Mardiasmo. (2011). Perpajakan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi
- 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. Jom Fekon, 4(1), 1886–1900
- Octaviana, M.E. (2014). Pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility*: Untuk menguji teori legitimasi. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Permana, ARD dan Zulaikha. (2018). Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2014. *Diponegoro Journal of Accounting*, vol. 4, no. 4, pp. 53 - 63, Oct. 2015. [Online]
- Prasista, P.M dan Ery S. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.17.3. Desember (2016): 2120-2144. ISSN: 2302-8556.
- Pratiwi, D.S.(2018). Pengaruh *Leverage, Manajemen Laba, Capital Intensity* dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak, JOM FEB Vol.1 No.1 Januari 2018 Universitas Riau
- Putranti, TM, Wisamodro J, dan Maria RUD Tambunan. (2015). Studi Penghindaran Pajak Kegiatan Jasa Perbankan di Indonesia. Jurnal Responsi Bank Indonesia.
- Putri, V.R dan Bella I.P. (2017). Pengaruh Leverage, Profitability, Ukuran Perusahaan dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. Jurnal Manajemen Daya Saing; Print ISSN: [1411-3422](#) | Online ISSN (e-ISSN): [2541-254X](#)
- Rengganis, M.Y.D; Putri, D, I.G.A.M Asri. (2018). Pengaruh *Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. **E-Jurnal Akuntansi**, [S.l.], v. 24, n. 2, p. 871-898, July 2018. ISSN 2302-8556.

- Resmi, S. (2016). Perpajakan Teori dan Kasus. (M. Masykur & A. Sustiwi, Eds.) (Edisi 9 bu). Jakarta: Salemba Empat.
- Romadhina, A. (2020). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal, Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018). *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 4(2), 286-298.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communications A famework for PR Practitioaners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sagala, WM dan Dwi Ratmono. (2015). Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. Diponegoro Journal Of Accounting. Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015, Halaman 1-9. ISSN (Online): 2337-3806.
- Simorangkir, YNL, Bambang Subroto dan Wuryan Andayani. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 6, No 2, tahun 2018. E ISSN: 2540.8259
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan Pajak*. Edisi ke-6 Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Suyanto, KD., & Supramono. (2012). "Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 16, No.2 Mei 2012, hlm. 167–177.
- Wicaksono, A. 2017. "Koneksi Politik dan Agresivitas Pajak: Fenomena di Indonesia" *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* Vol 10 (I) P-ISSN: 1979- 858X; E-ISSN: 2461-1190 Page 167-180
- Undang-Undang Republik Indonesia No 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara
- Undang-Undang Republik Indonesia No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2010 Tentang Sumbangan Penanggulangan Bencana Nasional, Sumbangan Penelitian Dan Pengembangan, Sumbangan Fasilitas Pendidikan, Sumbangan Pembinaan Olahraga, Dan Biaya Pembangunan Infrastruktur Sosial Yang Dapat Dikurangkan Dari Penghasilan Bruto
- www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/transparansi-kinerja-kemenkeu/laporan-kinerja-kementerian-keuangan/
- <https://republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/14/04/27/n4ol7o-kasus->

pajak-bca-jalan-masuk-
penyalahgunaan-blbi