
**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI PEMODERASI**

Oleh :

Aminul Amin, Sarah Octaviani
STIE Malangkeucecwara Malang
aminul@stie-mce.ac.id, sarahokta65@gmail.com

.Article Info*Article History :**Received 16 July - 2022**Accepted 25 July - 2022**Available Online**31 July - 2022*

Abstract

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility and profitability on tax aggressiveness with firm size as a moderating variable. In this study, there are two independent variables, namely corporate social responsibility(X1) and profitability (X2). The dependent variable in this study is tax aggressiveness (Y). The moderating variable in this study is company size (X3). The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019 as many as 144 companies. The method used is purposive sampling and obtained as many as 66 companies as samples. The hypothesis in this study was tested using SPSS. The results of this study indicate that 1) corporate social responsibility has no effect on tax aggressiveness 2) profitability has no effect on tax aggressiveness 3) company size has a negative effect on tax aggressiveness 4) company size is unable to moderate the influence between corporate social responsibility on tax aggressiveness 5) company size is able to moderate the effect of profitability on tax aggressiveness.

*Keyword :**corporate social
responsibility, profitability,
tax aggressiveness, firm
size.*

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan UU KUP Nomor 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1, pengertian pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan suatu kewajiban bagi wajib pajak pribadi maupun badan. Pajak merupakan penghasilan terbesar Negara Indonesia dan memberikan kontribusi yang besar bagi pembangunan Negara.

Beberapa tahun belakangan ini Indonesia banyak membangun berbagai infrastruktur. Dalam hal ini dibutuhkan dana yang berasal dari luar negeri dan dalam negeri. Salah satu dana yang dibutuhkan dari dalam negeri ini yaitu dari sector pajak. Pemerintah tentunya harus memaksimalkan pendapatan pajak, salah satunya yaitu pajakn penghasilan dari perusahaan. Sedangkan tujuan pemerintah untuk memaksimalkan pajak tersebut dijadikan sebuah instrument untuk menentukan sebuah kebijakan perusahaan.

Pajak sendiri dianggap sebagai beban oleh perusahaan, sedangkan pajak memiliki sifat memaksa yang mengakibatkan perusahaan

melakukan berbagai cara untuk meminimalkan beban pajaknya. Salah satu tindakan manajemen yang berusaha untuk menghindari pajak perusahaan yang tinggi dilakukan agresivitas pajak (Lanis dan Richardson, 2013). Nugraha dan Meiranto (2015) menyatakan bahwa **agresivitas pajak** adalah kegiatan perencanaan pajak (tax planning) semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Lanis dan Richardson (2012) berpendapat bahwa pandangan masyarakat mengenai perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas dianggap telah membentuk suatu kegiatan yang tidak bertanggung jawab social. Sedangkan perusahaan yang memiliki peringkat rendah dalam pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara social (Watson, 2011). Dari kedua pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR rendah memungkinkan untuk melakukan agresivitas pajak lebih besar. Wibisono (2007:7) menyatakan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat atau masyarakat luas, serta meningkatkan taraf hidup karyawan dan keluarga mereka. Sama halnya dengan pajak sebagai kontribusi perkembangan ekonomi Negara.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak adalah profitabilitas. Menurut Chen dkk (2010) semakin profitable perusahaan, maka semakin termotivasi untuk memposisikan diri dalam perencanaan pajak. Perusahaan semakin agresif terhadap kewajiban membayar pajak dengan semakin meningkatnya profitabilitas. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan membayar pajak lebih tinggi dari perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas lebih rendah (Lestari dan Febrianti, 2016). Profitabilitas dapat diukur menggunakan ROA. Jadi semakin besar presentase ROA, semakin baik pula manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian. Misalnya pada penelitian Nugraha (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negative terhadap

agresivitas pajak. Berbeda dengan hasil penelitian lainnya yaitu Andhari dan Sukartha (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada agresivitas pajak. Sedangkan pada penelitian lainnya Goh dkk (2019) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian lainnya Handayani dkk (2018) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Menurut Sari dan Putri (2016) pendekatan kontinjensi mengungkapkan bahwa harus dikembangkan suatu variabel untuk menjernihkan hasil inkonsistensi penelitian terdahulu. Pendekatan kontinjensi akan memberi peluang kepada variabel-variabel lain yang bertindak sebagai variabel moderating atau intervening (Ayuni dan Erawati, 2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah ditambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating.

Menurut Tiaras dan Henryanto (2015) agresivitas pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Semakin besar asset perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang tergolong perusahaan kecil tidak dapat mengelola pajak dengan optimal dikarenakan kekurangan ahli dalam hal perpajakan. Berbeda dengan perusahaan yang tergolong perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang lebih besar sehingga dapat dengan mudah mengelola pajak (Dharma dan Ardiana, 2016 : 590). Berdasarkan pernyataan tersebut, perusahaan besar cenderung memiliki peluang lebih besar untuk melakukan agresivitas pajak.

Pada penelitian Sumarwan dkk (2019) menyatakan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Menurut Sari (2019) menyatakan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dengan adanya inkonsisten dalam penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan menambahkan

ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

2. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Menurut teori *stakeholder*, perusahaan tidak hanya berfokus kepada kepentingan pemegang saham saja, namun juga harus mempertimbangkan kepentingan semua pihak yaitu masyarakat, pemerintah, konsumen dsb. Sedangkan menurut teori *legitimasi* yang mengharuskan suatu perusahaan untuk beroperasi sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Pembayaran pajak yang taat tanpa melakukan agresivitas pajak merupakan salah satu contoh penerapan kedua teori tersebut. Apabila suatu perusahaan taat melakukan pembayaran pajak dapat dikatakan perusahaan tersebut peduli terhadap pemerintah dan menerapkan nilai dan norma masyarakat sehingga perusahaan tersebut dapat diterima baik oleh masyarakat.

Selain melakukan pembayaran pajak yang taat tanpa melakukan agresivitas pajak, perusahaan juga dapat melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan agresivitas pajak merupakan perusahaan yang tidak bertanggungjawab sosial. Karena pembayaran pajak yang taat termasuk bentuk tanggung jawab perusahaan kepada pemerintah.

Penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2012) telah menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka perusahaan semakin menghindari adanya tindakan agresivitas pajak. Karena pada dasarnya perusahaan yang mengungkapkan CSR adalah perusahaan yang ingin membangun hubungan yang baik dengan *shareholder*. Pada penelitian terdahulu Ayu dan Sukartha (2017) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Sejalan dengan penelitian Veranika (2019).

H1 : CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Pengaruh Profitabilitas terhadap agresivitas

pajak

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin besar laba yang diterima perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Salah satu rasio profitabilitas adalah ROA. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:158) *return on assets* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atas asset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ROA maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA mengakibatkan kenaikan ETR sehingga ROA berpengaruh positif terhadap ETR. Sejalan dengan hasil penelitian Putri Kumala Sari (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

H2 : profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Dalam hal ini perusahaan besar akan memiliki sumber daya yang memadai dalam hal mengelola perpajakan suatu perusahaan. Putri Kumala Sari (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

H3 : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Ukuran perusahaan sebagai pemoderasi antara CSR terhadap agresivitas pajak

Sembiring (2005) dalam Wijaya (2012), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Menurut Putri (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Menurut Wahyu *dkk* (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dari kedua penelitian terdahulu menyatakan

bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap CSR dan agresivitas pajak, maka hipotesis sebagai berikut.

H4 : ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara CSR terhadap agresivitas pajak

Ukuran perusahaan sebagai pemoderasi antara profitabilitas terhadap agresivitas pajak

Pengaruh antara profitabilitas terhadap agresivitas pajak dapat diperkuat dengan menambahkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan besar akan lebih bisa dalam menghasilkan laba dan stabil dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Laba yang tinggi akan menyebabkan kewajiban pajak membesar dan cenderung perusahaan akan melakukan agresivitas pajak. Perusahaan besar juga memiliki sumber daya yang memadai untuk mengelola beban pajaknya. Siregar (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan hasil analisis menunjukkan interaksi antara profitabilitas dengan ukuran perusahaan akan menyebabkan tingkat agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan akan menurun (Putra dan Jati, 2018).

H5 : ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap

agresivitas pajak

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berjenis kausalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu variabel terhadap variabel lainnya. Desain penelitian kausalitas dapat berbentuk pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, atau dengan melibatkan variabel mediasi dan variabel kontrol. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling karena peneliti memiliki kriteria khusus agar sampel yang diambil sesuai dengan tujuan penelitian.

4. HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini untuk menguji model regresi nilai koefisien determinasi yang

digunakan adalah nilai adjusted (R^2). Berikut hasil uji adjusted (R^2) :

Tabel 1. Koesfisien Determintasi

Persamaan	Adj R^2
$Y = \alpha + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + e$.011
$Y = \alpha + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + e$.084
$Y = \alpha + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4(X_1 * X_3) + \beta_5(X_2 * X_3) + e$.159

Berdasarkan tabel menunjukkan nilai adjusted R^2 pada persamaan pertama sebesar - 0.011. Persamaan kedua terdapat penambahan variabel ukuran perusahaan menghasilkan nilai adjusted R^2 sebesar 0.084. Pada persamaan ketiga yaitu menjadikan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi antara CSR terhadap agresivitas pajak dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak naik sebesar 0.159.

Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan adanya ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi sebesar 0.159 atau 15.9% dan sisa sebesar 84.1% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Pada penelitian ini untuk menguji hipotesis menggunakan *level of significance* sebesar 5% atau (α) = 0.05. Selain itu juga pengujian hipotesis juga dilakukan dengan

membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

Uji hipotesis statistic yang digunakan yaitu :

a. $H_0 : b_1 = 0$ maka tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

b. $H_a : b_1 \neq 0$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y

Dasar keputusan H_0 diterima atau ditolak sebagai berikut :

a. Jika $sig > 0.05$ atau t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Jika $sig < 0.05$ atau t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Pengaruh *corporate social responsibility* (X1) terhadap agresivitas pajak (Y)

Hasil uji hipotesis 1 diperoleh signifikansi *corporate social responsibility* $0.915 > 0.05$ dan t hitung $0.107 < t$ tabel 1.999 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 **ditolak** karena *corporate social responsibility* (X1) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak (Y). Hal ini bisa saja terjadi karena masih rendahnya praktik CSR yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesia (Wahyudi,2015). Hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji statistik deskriptif, dimana variabel CSR memiliki rata-rata sebesar 0.2146. Berdasarkan uji tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan hanya melakukan pengungkapan CSR sekitar 21.46% dari total item indicator GRI G.4 yang berjumlah 91 item. Selain itu CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dikarenakan pengungkapan CSR yang dilakukan sebuah perusahaan tersebut belum tentu mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Selain itu perusahaan mengeluarkan pengungkapan CSR yang cenderung sama setiap tahunnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putri Kumala Sari (2019).

Pengaruh profitabilitas (X2) terhadap agresivitas pajak (Y).

Hasil uji hipotesis 2 diperoleh signifikansi profitabilitas $0.245 > 0.05$ dan t hitung

$-1.175 < t$ tabel 1.999 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 **ditolak** karena profitabilitas (X2) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak (Y). hipotesis 2 ditolak menunjukkan bahwa tingginya nilai profitabilitas pada suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi sebuah perusahaan dalam melakukan tindakan agresivitas pajak.

Profitabilitas merupakan kemampuan keuangan perusahaan dalam memperoleh laba dengan memanfaatkan asset yang dimiliki. Profitabilitas merupakan satu indikator untuk menilai kesehatan keuangan suatu perusahaan. Dalam hal ini beberapa perusahaan akan melakukan manajemen laba sehingga sulit untuk diketahui laba yang sebenarnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Marpaung dan Sudjiman (2020).

Pengaruh ukuran perusahaan (X3) terhadap agresivitas pajak (Y)

Hasil uji hipotesis 3 diperoleh signifikansi ukuran perusahaan $0.012 < 0.05$ dengan t hitung -2.611 sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (X3) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak (Y). Artinya semakin besar ukuran perusahaan (yang dihitung menggunakan proxy lock total asset) maka semakin rendah agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan maka untuk menjaga citra perusahaan dimata publik pihak manajemen perusahaan akan cenderung untuk tidak melakukan penghindaran pajak. Menurut Utami (2013) yaitu semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut akan melaporkan kondisi keuangannya dengan lebih akurat, sehingga manajer dalam perusahaan tersebut akan memiliki kesempatan lebih kecil dalam memanipulasi laba atau dapat dikatakan melakukan praktik penghindaran pajak dibandingkan perusahaan yang jauh lebih kecil, Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Siektriet (1972) dalam Richardson dan lanis (2007) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *corporate social responsibility* (X1) terhadap agresivitas pajak (Y) dengan ukuran perusahaan (X3) sebagai variabel

moderasi

Hasil uji hipotesis 4 diperoleh signifikansi CSR*ukuran perusahaan $0.110 > 0.05$ dan $t \text{ hitung } -1.627 < t \text{ tabel } 1.999$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 **ditolak**. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* (X1) terhadap agresivitas pajak (Y). Hal ini dapat terjadi karena masih rendahnya praktik *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Pada hipotesis 1 dapat dilihat bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh profitabilitas (X2) terhadap agresivitas pajak (Y) dengan ukuran perusahaan (X3) sebagai variabel moderasi Hasil uji hipotesis 5 diperoleh signifikansi Profitabilitas*Ukuran perusahaan $0.018 < 0.05$ dan $t \text{ hitung } 2.442 > t \text{ tabel } 1.999$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas (X2) terhadap agresivitas pajak (Y). Koefisien interaksi pada penelitian ini sebesar 0.019 yang artinya keberadaan ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan besar akan lebih bisa dalam menghasilkan laba dan stabil dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Laba yang tinggi akan menyebabkan kewajiban pajak membesar dan cenderung perusahaan akan melakukan agresivitas pajak. Perusahaan besar juga memiliki sumber daya yang memadai untuk mengelola beban pajaknya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak, ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak, dan ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai keterkaitan teori *stakeholders* dan penerapan nyata mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang kajian yang sama. Dan diharapkan dapat memberikan masukan kepada Direktorat Jendral Pajak untuk membuat kebijakan perpajakan yang efektif terhadap wajib pajak dimasa mendatang. Sedangkan bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagaimana sebuah manajemen perusahaan mengelola kebijakan terkait dengan perpajakan.

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil olah data penelitian. Keterbatasan penelitian adalah sampel pada penelitian ini hanya berjumlah 22 perusahaan manufaktur sektor industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, periode pada penelitian ini hanya 3 tahun yaitu dari tahun 2017 – 2019, penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen saja, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas*.

Berdasarkan dari hasil penelitian pengolahan data dan pembahasannya yang sudah dilakukan, terdapat saran-saran yang dapat dikaji ulang oleh peneliti selanjutnya, disarankan mengambil sampel dengan ruang lingkup yang lebih luas selain perusahaan sektor industry barang konsumsi dan bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menambah tahun penelitian sehingga jumlah sampel bisa lebih banyak.

REFERENSI

- Ayuni, N. M. K., & Erawati, N. M. A. (2018). Pengaruh Asimetri Informasi Pada Senjangan Anggaran dengan Kejelasan Sasaran Anggaran dan Komitmen Organisasi Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 492. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i01.p19>
- Dharma, I. M. S., & Ardiana, P. A. (2016). Pengaruh Leverage, Intensitas Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15, 584–613.

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/17463> lanis, grant. (2013). *corporate social responsibility and tax andgressiveness.*

- Nugraha, M. (2015). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013).*
- Prasetyo, A., & Wulandari, S. (2021). Capital Intensity, Leverage, Return on Asset, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 13, 134–147. <https://doi.org/10.28932/jam.v13i1.3519>
- tiaras, henryanto. (2015). *PENGARUHLIKUIDITAS, LEVERAGE, MANAJEMEN LABA, KOMISARIS INDEPENDEN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK.*
- Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). The Corporate Social Responsibility Debate. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- watson. (2011). *Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Examination of Unrecognized Tax Benefits.*
- (Ayuni & Erawati, 2018; Dharma & Ardiana, 2016; lanis, 2013; Nugraha, 2015; Prasetyo & Wulandari, 2021; tiaras, 2015; Tobergte & Curtis, 2013; watson, 2011)