

# PENGARUH PROFITABILITAS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CAPITAL INTENSITY, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

*by* Ulfa Rahayu

---

**Submission date:** 05-Jul-2021 10:08AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1615784217

**File name:** 2\_Artikel\_Maneksi\_Juni\_2021\_Ulfa\_Rahayu\_dan\_Andi\_Kartika.pdf (587.31K)

**Word count:** 4634

**Character count:** 28901

PENGARUH PROFITABILITAS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,  
CAPITAL INTENSITY, UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Ulfa Rahayu<sup>1)</sup>, Andi Kartika<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup>Universitas Stikubank Semarang

<sup>1,2)</sup>[Ulfarahayu30@gmail.com](mailto:Ulfarahayu30@gmail.com), [andikartika@edu.unisbank.ac.id](mailto:andikartika@edu.unisbank.ac.id)

ABSTRACT

The aggressiveness of the tax is an action to reduce taxable income through planning legally and illegally. This study aims to analyze the influence of Profitability, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Size of the company against the Aggressiveness of the Tax. In the research this measurement of the aggressiveness of the tax using Effective Tax Rate (ETR). The population of the research is company's manufacturing sub-sector of the food and drink which are listed in Indonesia stock Exchange the period 2015-2019. A total sample of 66 companies in the period of five years using purposive sampling method. Data of the research were analyzed using the method analysis of linear multiple regression with SPSS version 25. The test results showed a variable Profitability, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity no effect on the aggressiveness of the tax. While the variable Size of the company significant positive effect on the aggressiveness of the tax.

ABSTRAK

Agresivitas pajak adalah suatu tindakan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan secara legal dan ilegal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. Dalam penelitian ini pengukuran agresivitas pajak menggunakan Effective Tax Rate (ETR). Populasi penelitian ini ialah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Jumlah sampel sebanyak 66 perusahaan dalam periode lima tahun menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian dianalisis menggunakan metode analisis linear berganda dengan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**Kata kunci:** *agresivitas pajak; profitabilitas; corporate social responsibility; capital intensity; ukuran perusahaan.*

1. PENDAHULUAN

Perpajakan merupakan sumber pendanaan penting bagi perekonomian Indonesia. Sumber pajak yang di dapatkan dari wajib pajak orang pribadi maupun badan. Semakin besar penghasilan yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula pajak yang harus dibayar perusahaan. Besarnya pajak yang harus dibayarkan bergantung pada jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan. Dimana perusahaan menganggap pajak sebagai beban yang dapat mengurangi keuntungan, hal ini menyebabkan perusahaan akan mencari cara untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Dalam definisi penghindaran pajak secara luas bukan hanya untuk meningkatkan

keuntungan, akan tetapi diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan untuk memanipulasi pendapatan kena pajak yang bersifat legal atau ilegal bertujuan untuk meminimalkan beban pajak. Tindakan agresif pajak tidak selalu berasal dari ketidakpatuhan terhadap peraturan perpajakan (Ambarsari et. al., 2019). Mengambil tindakan agresif dalam keputusan manajemen perusahaan seluruh Indonesia bertujuan untuk mengurangi biaya pajak perusahaan. Sementara, perusahaan akan mendapat biaya dan keuntungan yang sangat besar jika mengambil tindakan agresif secara aktif (Lanis and Richardson, 2012).

Agresivitas pajak bisa terjadi karena dipengaruhi beberapa faktor diantaranya yaitu

*profitabilitas, corporate social responsibility, capital intensity*, ukuran perusahaan. Faktor pertama profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio pengukuran profitabilitas salah satunya yaitu *return on assets* (ROA). Semakin tinggi nilai ROA, semakin besar pula keuntungan yang diperoleh perusahaan (Jati, 2019).

Faktor kedua, *corporate social responsibility* (CSR) merupakan aktivitas perusahaan yang dilakukan untuk menunjukkan kepedulian serta bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan masyarakat. Faktor ketiga yang mempengaruhi agresivitas pajak yaitu *capital intensity* dimana perusahaan yang memelihara investasinya dalam bentuk aktiva tetap (Simamora and Rahayu, 2020). Faktor keempat, ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dapat menentukan skala aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, semakin meningkat pula produktifitas perusahaan dalam menghasilkan laba juga semakin besar dan mempengaruhi besarnya pajak yang di bayarkan (Setyoningrum, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut (Mustika, 2017) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian (Goh et al., 2019) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian (Setyoningrum, 2019) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian (Adnyani & Astika, 2019) menunjukkan *capital intensity* memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan penelitian (Mustika, 2017) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian (Leksono, Albertus and Vhalery, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Junensie, Trisnadewi and Intan Saputra Rini, 2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis terjadinya profitabilitas, *corporate social responsibility, capital intensity*, ukuran perusahaan terhadap

agresivitas pajak. Dimana setiap tahun finansial perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan sehingga berdampak pada agresivitas pajak perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk mengambil keputusan atau kebijakan bagi perusahaan untuk menghadapi tindakan agresivitas pajak dan terhindar dari tindakan tersebut. Serta bagi investor dapat memberikan masukan dan kontribusi terhadap pemikiran agresivitas bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori agensi atau teori keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976) adalah suatu kontrak antara satu atau lebih yang memperkerjakan agen untuk melaksanakan sejumlah jasa dan melakukan pendelegasian wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen. Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajer (agen). Hubungan antara prinsipal dan agen mengarah pada terjadinya asimetri informasi. Hal ini disebabkan karena manajer memiliki informasi lebih banyak mengenai kondisi perusahaan dibandingkan dengan pemilik perusahaan.

### 2.2. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah upaya perusahaan meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan cara yang legal atau ilegal. Agresivitas pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan *effective tax rate* (ETR). Penggunaan beban pajak dipandang lebih relevan dalam menunjukkan besaran pajak pada tahun berjalan. ETR yang rendah menunjukkan bahwa agresivitas pajak tinggi, sedangkan ETR yang tinggi menunjukkan agresivitas pajak yang rendah. Berikut rumus perhitungannya:

$$ETR = \frac{\text{Total Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \dots\dots\dots(1)$$

### 2.3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang berhubungan dengan penjualan dan efisiensi perusahaan dalam mencapai laba. *Return on Asset* (ROA) adalah indikator perusahaan dalam mengukur keberhasilan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya

nilai perusahaan (Nguhah, Rudangga and Sudiarta, 2016). Penelitian (Kadek Ari Adnyani and Bagus Putra Astika, 2019) mengatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Dimana semakin tinggi nilai ROA, maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh perusahaan dan beban pajak yang ditanggung juga semakin besar. Akibatnya, laba yang besar akan mendorong perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya, agar tidak menurunkan kinerja perusahaan dengan memanfaatkan celah dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**2.4. Corporate Social Responsibility**

*corporate social responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan atau sebagai kepedulian terhadap lingkungan sekitar guna berkontribusi dalam pengembangan ekonomi (Junensie, Trisnadewi and Intan Saputra Rini, 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan dikatakan sebagai hubungan timbal balik antara kegiatan bisnis perusahaan dan masyarakat agar mendapat respon yang baik dari masyarakat.

Semakin rendah tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan dan begitu sebaliknya bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan tanggung jawab sosial maka semakin tinggi sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan dan dapat dicerminkan dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau dapat disimpulkan perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak.

Dalam penelitian yang dilakukan (Goh, Nainggolan and Sagala, 2019) bahwa *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

$$CSR = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots\dots(3)$$

CSR : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan

$\sum Xi$  : nilai= 1 jika item diungkapkan; 0 = jika tidak diungkapkan

N : Jumlah item perusahaan, n = 91

**2.5. Capital Intensity**

*Capital intensity* didefinisikan bagaimana perusahaan berkorban mengeluarkan dana untuk aktivitas operasi dan pendanaan aktiva guna memperoleh keuntungan perusahaan. Kemungkinan aset tetap yang dimiliki perusahaan dapat mengurangi beban penyusutan yang setiap tahun muncul. timbulnya beban penyusutan pada aset tetap mempengaruhi pajak perusahaan, karena biaya penyusutan salah satu biaya pengurangan pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Jati, 2019) menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. dalam penelitiannya mengungkapkan semakin tinggi *capital intensity* perusahaan, semakin tinggi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

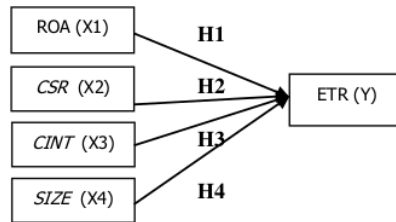
$$CINT = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(4)$$

**2.6. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dapat menentukan skala aset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aset tersebut maka produktivitas perusahaan meningkat. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif hal ini dinyatakan dalam penelitian (Nguhah, Rudangga and Sudiarta, 2016) yang mengungkapkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan, karena perusahaan yang besar mungkin akan berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya terlunasi.

$$\text{Size} = \text{Ln}(\text{total aset})$$

**2.7. Model Penelitian dan Hipotesis**



Sumber : Penulis, 2021

**Gambar 1. Model Penelitian**

H<sub>1</sub> : terdapat pengeruh positif terhadap agresivitas pajak

H<sub>2</sub> : terdapat pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

H<sub>3</sub> : terdapat pengaruh positif terhadap agresivitas pajak

H<sub>4</sub> : terdapat pengaruh positif terhadap agresivitas pajak

**3. METODOLOGI**

**3.1. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh dengan mengambil laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit oleh auditor independen dan di publikasikan. Data

diperoleh dengan mengakses website resmi Bursa Efek Indonesia melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

**3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 sebanyak 150 perusahaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan syarat kriteria yang telah ditentukan pada tabel 1 dengan hasil sampel akhir 66 perusahaan.

**Tabel 1.**

**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tercatat dalam BEI tahun 2015-2019	150
2.	Perusahaan yang listing selama periode 2015-2019	(33)
3.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mengalami laba periode 2015-2019	(27)
	Jumlah Sampel perusahaan periode 2015-2019	90
4	Data Outlier	(24)
	Jumlah sampel dalam penelitian	66

Sumber : BEI, 2021

**3.3. Metode Analisis Data**

Beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**3.3.1. Statistika Deskriptif**

Statistika deskriptif digunakan untuk menganalisis data kuantitatif yang diolah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25 dengan memberikan penjelasan mengenai kondisi pertumbuhan selama periode pengamatan.

**3.3.2. Analisis Statistik**

Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Bertujuan untuk mengetahui kejadian yang mempengaruhi kondisi dari variabel dependen dengan variabel independen. Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ETR = a + \beta_1ROA + \beta_2CSR + \beta_3CINT + \beta_4SIZE + e \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

- Y : Agresivitas Pajak
- A : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien regresi

- ROA : Profitabilitas
- CSR : Corporate social responsibility
- CINT : Capital intensity
- SIZE : Ukuran Perusahaan
- e : Error Term

Asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui data yang digunakan layak untuk dianalisis, karena tidak semua data dianalisis dengan regresi. Asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

**3.3.3 Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam pengujian ini menggunakan Adjusted ( $R^2$ )=1 maka menunjukkan semakin besar kemampuan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel independen.

**3.3.4. Uji secara Simultan (Uji F)**

Uji statistik F dapat menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji f dapat dilihat dalam tabel ANOVA pada kolom sig. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima dan dapat diartikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen.

**3.3.5. Uji Hipotesis (Uji T)**

Uji statistik t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Ketentuan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis diterima atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak atau variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Uji Statistika Deskriptif**

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum sampel data. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi data mengenai nilai minimum,

maksimum, mean, dan standar deviasi dari data yang diuji.

**Tabel 2. Hasil Uji Statistika Deskriptif**

	Descriptive Statistics				
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ETR	66	,16	,35	,2539	,03814
ROA	66	,01	,38	,0955	,06645
CSR	66	,01	,14	,0491	,03247
CINT	66	,03	,94	,3586	,20082
SIZE	66	12,43	18,39	14,9092	1,45117

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Pada hasil tabel 2 diatas dapat dianalisis statistik deskriptif bahwa data sudah dilakukan outlier yang dapat dilihat nilai N sebanyak 66 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2015-2019. Dapat dilihat variabel ETR menunjukkan nilai minimum 0,16 dan nilai maksimum 0,35. Sedangkan nilai mean 0,2539 dan satandar deviasi 0,03814.

- 1) Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum 0,01 yang terletak pada PT. Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) pada tahun 2016 dan 2018, serta PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) pada tahun 2018. Nilai maksimum ROA sebesar 0,38 pada PT Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2017. Nilai mean sebesar 0,0955 dan nilai standar deviasi sebesar 0,06645, maka dapat diartikan nilai mean lebih besar dari standar deviasi yang artinya hasil tersebut baik tidak ada perbedaan nilai perusahaan dengan perusahaan lain relatif kecil.
- 2) Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 pada tahun 2015-2019 diperoleh dari PT Wimal Cahaya Indonesia (CEKA), PT Sekar Laut Tbk (SKLT), PT Sekar Bumi Tbk (SKBM), PT Siantara Top Tbk (STTP). Nilai maksimum CSR sebesar 0,14 pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2017. Niali mean CSR pada tahun 2015-2019 sebesar 0,0491 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,03247. Maka dapat diartikan

nilai mean lebih besar dari standar deviasi yang artinya hasil tersebut baik tidak ada perbedaan nilai perusahaan dengan perusahaan lain relatif kecil.

- 3) Variabel *capital intensity* memiliki nilai minimum pada tahun 2015-2019 sebesar 0,03 dimiliki oleh PT Ultra Jaya Milk Industry (ULTJ) pada tahun 2018 dan nilai maksimum CINT sebesar 0,94 dimiliki PT Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2017. Nilai mean sebesar 0,3586 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,20082. Maka dapat diartikan nilai mean lebih besar dari standar deviasi yang artinya hasil tersebut baik tidak ada perbedaan nilai perusahaan dengan perusahaan lain relatif kecil.
- 4) Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum *size* pada tahun 2015-2019 sebesar 12,43 dimiliki oleh PT Wahana Interfood Nusantara Tbk (COCO) pada tahun 2019. Nilai maksimum *size* sebesar 18,39 dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur pada tahun 2018. Nilai mean Size pada tahun 2015-2019 sebesar 14,9092 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,45117. Maka dapat diartikan nilai mean lebih besar dari standar deviasi yang artinya hasil tersebut baik tidak ada perbedaan nilai perusahaan dengan perusahaan lain relatif kecil.

**4.2. Uji Asumsi Klasik**

**4.2.1. Uji Normalitas**

Dalam penelitian ini untuk mengetahui modal regresi normal dengan menggunakan uji analisis statistik dengan melihat nilai skewness dan kurtosis. Berikut hasil uji normalitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

	Descriptive Statistics				
	N	Skewness	Std. Error	Kurtosis	Std. Error
Unstandardized Residual	66	-,160	,295	,317	,582

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Dari tabel 3 nilai skewness dan kurtosis di atas, dapat dihitung dari rumus berikut ini:

$$Z_{skewness} = \frac{skewness}{\sqrt{6/n}}$$

$$Z_{kurtosis} = \frac{kurtosis}{\sqrt{24/n}}$$

$$Z_{skewness} = \frac{-0,160}{\sqrt{6}/66} = -0,5306$$

$$Z_{kurtosis} = \frac{0,317}{\sqrt{24}/66} = 0,5256$$

Dari perhitungan diatas nilai skewness sebesar -0,5306 < 1,96 dan nilai kurtosis sebesar 0,5256 < 1,96 (dengan signifikan 0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diolah memenuhi asumsi normalitas.

**4.2.2. Uji Multikolinearitas**

Pada uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya saling keterkaitan antar variabel bebas (independen). Pengujian ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	ROA	,969	1,032	Bebas Multikolinearitas
	CSR	,931	1,074	Bebas Multikolinearitas
	CINT	,933	1,072	Bebas Multikolinearitas
	SIZE	,971	1,030	Bebas Multikolinearitas

a. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen. Hal ini karena nilai tolerance yang diperoleh lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00.

**4.2.3. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi untuk menguji dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat hasil uji Durbin-Watson (DW-test).

**Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,583 <sup>a</sup>	,340	,297	,03199	2,010

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil Durbin-Watson (D-W) tercatat sebesar 2,010. Nilai D-W yang diperoleh dari model dibandingkan dengan nilai pada tabel Durbin Watson menggunakan tarif 5% dengan jumlah sampel (n) 66 perusahaan dan jumlah variabel independen (k) 4, maka dapat diperoleh nilai (du) sebesar 1,7319 dan nilai (4-du) sebesar 2,2681. Dari hasil data di atas nilai Durbin Watson tercatat 2,010 lebih besar dari nilai du (1,7319) dan kurang dari 4-du (2,2681), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

**4.2.4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji glejser.

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

	Std.				
	B	Error	Beta	T	Sig.
	-12,095	2,531		-4,780	,000
ROA	-1,877	3,637	-,064	-,516	,608
CSR	8,997	7,594	,150	1,185	,241
CINT	1,194	1,227	,123	,973	,334
SIZE	,237	,166	,177	1,426	,159

a. Dependent Variable: LnRES\_2

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Berdasarkan hasil analisis heteroskedastisitas di atas dengan menggunakan uji glejser dengan variabel profitabilitas (ROA), corporate social responsibility (CSR), capital intensity (CINT), ukuran perusahaan (Size) memiliki nilai signifikan di atas 0,05 atau 5%. Jadi disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**4.3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Dengan menggunakan software program SPSS versi 25, diperoleh hasil seperti berikut ini:

**Tabel 7. Analisis Regresi**

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-.035	.042		.821	.415
ROA	-.048	.061	-.083	-.785	.436
CSR	.002	.127	.002	.018	.986
CINT	-.007	.020	-.039	-.367	.715
SIZE	.015	.003	.578	5.473	.000

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Berdasarkan tabel 7 tersebut, diketahui bahwa persamaan regresi linear yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$ETR = -0,035 - 0,048 ROA + 0,002 CSR - 0,007 CINT + 0,015 SIZE + e$$

**4.4. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) biasanya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 8. Koefisien Determinasi**

Model	Model Summary <sup>b</sup>			
	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of the Estimate
1	.583 <sup>a</sup>	.340	.297	.03199

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Dari hasil tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,297. Hal ini dapat dikatakan bahwa 29,7% agresivitas pajak dijelaskan oleh profitabilitas, *corporate social responsibility*, *capital intensity*, ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu 70,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

**4.5. Pengujian Hipotesis**

**4.5.1. Uji F Simultan**

**Tabel 9. Uji F**

Model	ANOVA <sup>a</sup>			
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1 Reg	.032	4	.008	7,855
Residual	.062	61	.001	
Total	.095	65		

Sumber : Data Sekunder yang diolah dengan SPSS,2021

Berdasarkan tabel 9 nilai F hitung sebesar 7,855 dan nilai signifikansi F sebesar 0,000<sup>b</sup> > alpha 5%. Demikian dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *corporate social responsibility*, *capital intensity*, ukuran perusahaan secara bersama-sama mempengaruhi agresivitas pajak. Dengan ini model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

**4.5.2. Uji Hipotesis (Uji T)**

Pada tabel 7, dapat disimpulkan hasil uji signifikansi pada variabel bebas terhadap variabel terikat, seperti berikut ini :

**4.5.2.1. Profitabilitas**

Berdasarkan hasil analisis statistik penelitian ini, bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi 0,436 > 0,05 dan dengan nilai koefisien -0,048. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mustika (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. dan penelitian lainnya (Pinarwati and Mildawati, no date) mengungkapkan semakin tinggi laba suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula beban pajak perusahaan. Sehingga mengakibatkan perusahaan berusaha mengurangi beban pajak dengan melakukan *tax planning* untuk melakukan tindakan agresif pajak.

**4.5.2.2. Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan hasil analisis statistik penelitian ini, bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi 0,986 > 0,05 dan dengan nilai koefisien 0,002. Tidak berpengaruhnya CSR terhadap agresivitas pajak karena tujuan dalam



melakukan CSR untuk mendapat citra baik di masyarakat, dan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR tidak dijadikan alasan untuk melakukan penghindaran pajaknya. Semakin banyak kegiatan CSR yang dilakukan, maka sikap tanggung jawab yang dimiliki perusahaan pun semakin tinggi, yang tercermin dalam sikap patuhnya dalam membayar jumlah beban pajak yang telah ditetapkan atau dapat disimpulkan perusahaan semakin tidak agresif terhadap pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pinareswati and Mildawati, no date) dan penelitian lainnya Setyoningrum (2019) menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

### 4.5.2.3. Capital Intensity

Berdasarkan hasil analisis statistik penelitian ini, bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi  $0,715 > 0,05$  dan dengan nilai koefisien  $-0,007$ . Tidak adanya pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak kemungkinan perusahaan menggunakan aset tetap tersebut untuk kepentingan perusahaan. Intesitas aset tetap adalah perbandingan seberapa besar aset tetap perusahaan dalam total aset yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan konsep teori agensi yang menyatakan dimana agent melakukan investasi aset tetap dengan cara menggunakan dana menganggur perusahaan untuk meminimalkan beban pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Simamora & Rahayu, 2020) yang menyatakan bahwa semakin besar perusahaan yang menyimpan aset dalam bentuk aset tetap tidak dapat mempengaruhi agresivitas pajak.

### 4.5.2.4. Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik penelitian ini, bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima dan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan dengan nilai koefisien  $0,015$ . Hasil ini menunjukkan bahwa lebih besar ukuran dari perusahaan yang lebih tinggi kecenderungan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. hal ini karena perusahaan dengan aset relatif besar cenderung lebih mampu dan lebih stabil dalam menghasilkan keuntungan. Kondisi ini memimpin untuk meningkatkan jumlah beban agresivitas pajak yang mendorong perusahaan melakukan agresivitas pajak. Dalam teori

agensi ukuran perusahaan menjadi suatu tolak ukur yang digunakan prinsipal dalam investasi, besar aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan pengelolaan aset dengan baik. Tingginya laba mampu menarik perhatian investor, setelah melakukan investasi pihak agent berusaha untuk mendapatkan laba agar pihak prisipal tidak merasa dirugikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Adnyani & Astika, 2019) yang menyatakan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak perusahaan.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah teliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.
2. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.
3. *Capital intensity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.

### 5.2. Saran

Penelitian ini terdapat keterbatasan dalam penelitian yaitu sampel yang digunakan hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel penelitian dan tidak terbatas sehingga dapat meningkatkan generalisasi hasil penelitian dan juga menambah variabel independen lebih banyak seperti *leverage*, *inventory intensity* sehingga dapat menjelaskan lebih pengaruh terhadap agresivitas pajak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Desi Ambarsari, Dudi Pratomo, K., 2019, *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris , Gender Diversity Pada Dewan , Dan Kualitas Auditor Terhadap Agresivitas Pajak ( Studi pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate)*, XVII(2), pp. 142–157.
- Goh, Nainggolan, D. and Sagala., 2019, *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-*

- 2018, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*, 3(9), pp. 1689–1699.
- Jati, I. A. I. D. I. K., 2019, *Pengaruh Profitabilitas, capital intensity, dan Inventory Intensity pada Penghindaran Pajak*, 27, pp. 2293–2321.
- Jensen, C. and Meckling, H., 1976, *Theory Of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost And Ownership Structure I. Introduction and summary In this paper WC draw on recent progress in the theory of ( 1 ) property rights , firm . In addition to tying together elements of the theory of e, 3*, pp. 305–360.
- Junensie, P. R., Trisnadewi, A. A. A. E. and Intan Saputra Rini, I. G. A., 2020, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Leverage dan Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan pada Perusahaan Industri Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017*, WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi), 19(1). doi: 10.22225/we.19.1.1600.67-77.
- Kadek Ari Adnyani, N. and Bagus Putra Astika, I., 2019, *Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Ukuran Perusahaan Pada Tax Aggressive*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 6, p. 594. doi: 10.24843/eeb.2019.v08.i06.p04.
- Lanis, R. and Richardson, G., 2012, *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis*, Journal of Accounting and Public Policy, 31(1), pp. 86–108. doi: 10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006.
- Leksono, A. W., Albertus, S. S. and 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), p. 301. doi: 10.30998/jabe.v5i4.4174.
- Maulana, I. A., 2020, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Properti dan Real Estate*, KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, 12(1). doi: 10.22225/kr.12.1.1873.13-20.
- Maulina Simamora, A. and 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).
- Mustika, 2017, *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak*, JOMFekom, 4(1), pp. 1960–1970.
- Ngurah, I. G., Rudangga, G. and Sudiarta, G. M., 2016, *Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia . Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi*, 5(7), pp. 4394–4422.
- Pinareswati, S. D. and Mildawati, T., (no date) *Pengaruh Pengungkapan CSR , Capital Intensity , Leverage , Profitabilitas , dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas*.
- Setyoningrum, D., 2019, *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak*, Diponegoro Journal of Accounting, 8(3), pp. 1–15.
- Simamora, A. M. and 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).



# PENGARUH PROFITABILITAS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CAPITAL INTENSITY, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

---

ORIGINALITY REPORT

---

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

4%

★ [digilib.unpas.ac.id](http://digilib.unpas.ac.id)

Internet Source

---

Exclude quotes      On

Exclude bibliography      On

Exclude matches      < 1%