

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak

Julius Sirait¹⁾ Mira Kartika Dewi Djunaedi²⁾

Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: 2018103984@student.kalbis.ac.id

²⁾ Email: mira.djunaedi@kalbis.ac.id

Abstract: The research aims to the effect of corporate social responsibility, profitability, firm size, and capital intensity on tax aggressiveness. The research method is quzntitative research. The data used were obtained from the financial statements on the Indonesia Stock Exchange during the research period. The population of this research are mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for period 2017-2020, which amounted to 48 companies. The sample in this research were 28 companies obtained using purposive sampling. The data analysis technique used is descriptive analysis. The result of this research showed that corporate social reaponsibility (CSR) has a negative and not significant effect on tax aggressiveness. Profitability (ROA) has a negative and not significant effect on tax aggressiveness. Firm size (SIZE) has a negative and not significant effect on tax aggressiveness. Capital intensity (CAPN) has a negative and not significant effect on tax aggressiveness.

Keywords: Capital intensity (CAPN), Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas (ROA), Ukuran perusahaan (SIZE).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan dan capital intensity terhadap agresivitas pajak. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020, yang berjumlah 48 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 28 perusahaan diperoleh menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Capital intensity (CAPN) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci: Capital intensity (CAPN), Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas (ROA), Ukuran perusahaan (SIZE).

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber penerimaan yang signifikan bagi Negara sebab membantu membayar pengeluaran sehari-hari serta investasi jangka panjang. Berbeda dengan bisnis yang melihat pajak sebagai biaya yang harus dikeluarkan dari kocek agar bias menguntungkan. Hal ini mengakibatkan perusahaan menjadi lebih agresiff dalam perencanaan pajak mereka

dan mencari metode untuk menurunkan beban pajak mereka.

Agresivitas pajak mengacu pada praktik memanfaatkan teknik legal atau melawan hukum untuk merancang penghasilan kena pajak melalui perencanaan pajak.

Aksi merekayasa pemasukan kena pajak yang didesain lewat pemograman pajak dengan memakai metode dengan

cara sah (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*) diucap sebagai agresivitas pajak. Zona pertambangan ialah salah satu ilustrasi penompang pembangunan ekonomi sesuatu negeri, sebab kedudukannya selaku fasilitator basis energi tenaga yang amat dibutuhkan untuk perkembangan perekonomian sesuatu negeri. Kemampuan yang banyak hendak basis energi alam hendak bisa meningkatkan terbukannya perusahaan-perusahaan guna melakukan analitis pertambangan dasar tenaga itu.

Industri dalam industri pertambangan lazim dapat berbentuk usaha tertata dalam arti jika pabrik itu memiliki usaha analitis, pengembangan dari kontruksi, invensi, dan pengerjaan berlaku seperti satu kesatuan usaha atau berbentuk usaha upaya terpisah yang tiap masing-masing berdiri sendiri. Riset ini memakai zona pertambangan dengan alibi zona pertambangan ialah salah satu zona yang diindikasikan melaksanakan aplikasi agresivitas pajak.

Pertambangan adalah contoh umum dari sektor yang terpengaruh oleh kebijakan pajak yang terlalu agresif. PT. Adaro Energy Tbk menghadapi masalah untuk tahun 2019. Dengan menggunakan bisnisnya yang berbasis di Singapura "*Coaltrade Services International*", Adaro diduga menghindari pembayaran pajak. Dalam laporan "Taxing Times for Adaro", *Global Witness* menuduh bahwa hasil penambangan batubara di Indonesia disalahgunakan oleh Adaro. Di Indonesia, ini digunakan untuk menghindari pajak. Diperkirakan pembayaran \$125 juta dilakukan melalui anak industri *Coaltrade Services International* yang berplatform di Singapore antara 2009 dan 2017, menurut laporan tersebut. Seperti yang dinyatakan *Global Witness*, total komisi penjualan *Coaltrade* di Singapura naik dari \$4 juta setahun sebelum 2009 menjadi \$55 juta antara tahun 2009 dan 2017 dalam laporan keuangannya. Afiliasi Adaro Energy di Indonesia memasok lebih dari 70 persen batubara yang

diekspornya. Anak perusahaan Adaro di Mauritius tampaknya telah menerima sebagian besar keuntungan Singapura, yang tidak pernah dikenakan pajak hingga tahun 2017 dan kemungkinan masih terutang. Menurut data ini, ketidakpatuhan pengusaha pertambangan terhadap pajak merupakan indikasi tekad untuk menempuh langkah-langkah pajak yang agresif.

Wajib pajak perorangan dan bisnis sama-sama harus membayar bagian pajak yang adil. Dalam UU/No. 36 /2008 pasal 2 ayat (1) huruf b telah diatur ketentuan tentang kewajiban Wajib Pajak. Industri harus melunasi pajak bersumber pada bayaran pajak yang sah dengan metode memperbanyak keuntungan saat sebelum pajak dengan bayaran pajaknya. Bila Anda melunasi lebih banyak pajak, unit pajak negeri bagian menemukan lebih banyak duit. Perpajakan, di bagian lain, merupakan bobot harus yang kurangi keuntungan bersih industri. Walaupun kebutuhan negara guna mengoptimalkan pemungutan pajak, tujuan perusahaan sebagai wajib pajak adalah untuk membatasi pengeluaran sekaligus memaksimalkan pendapatan agar dipertanggungjawabkan dan usaha dapat terus berjalan. Pengusaha diharuskan membayar pajak. Pajak berpotensi mempengaruhi pendapatan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan, sehingga membayar pajak sesuai dengan persyaratan hukum bertentangan langsung dengan tujuan itu. Perusahaan menggunakan berbagai strategi, beberapa di antaranya termasuk perencanaan pajak dan aktivisme pajak.

Untuk menekan biaya pembayaran pajak serendah mungkin, perusahaan harus terlibat dalam perencanaan pajak, yang merupakan proses merancang dan menerapkan metode untuk mencapai tujuan ini. Tujuan perencanaan pajak adalah untuk mengurangi penghasilan kena pajak sekaligus meningkatkan laba bersih. Sementara itu, perpajakan disebut-

sebut sebagai pertimbangan utama oleh Andhari dan Sukartha (2017). Perusahaan di seluruh dunia menggunakan aktivisme pajak untuk membuat pilihan manajemen yang bertujuan untuk mengurangi beban pajak mereka. Bisnis dapat menanggung biaya dan keuntungan yang signifikan sebagai akibat dari aktivisme pajak. Dikatakan bahwa agresi pajak adalah tindakan yang tujuan kuncinya merupakan guna kurangi pengeluaran pajak industri.

Banyak studi serta referensi yang menjelaskan hal agresivitas pajak. Sulistyowati dan Ulfah (2018) serta Adnyani dan Astika (2019) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai Legal (penghindaran pajak) atau melanggar hukum (perencanaan pajak perusahaan) berarti perusahaan memanipulasi penghasilan kena pajak mereka (penghindaran pajak). Hal ini juga terjadi pada Leksono dkk. (2019), yang mengklaim bahwa pemotongan tarif pajak efektif adalah tujuan dari aktivisme pajak. Agresi pajak, di sisi lain, didefinisikan oleh Reminda (2017) sebagai "kegiatan yang didesain ataupun dimanipulasi guna menghalangi profit pajak lewat perencanaan pajak yang pas." Dalam penelitian Putri et al. (2018), aktivisme pajak dianggap sebagai aktivitas spesifik, meliputi transaksi yang maksud pokoknya yaitu guna mereduksi kewajiban pajak perusahaan. Agresi pajak, menurut studi Dande (2018), merupakan bentuk perencanaan pajak perusahaan yang melibatkan penghindaran pajak.

Agresi pajak, menurut Sulistyowati dan Ulfah (2018), adalah aksi yang tidak bertanggung jawab dengan cara sosial. Menurut sebuah studi oleh Dande (2018), industri yang tidak bertanggung jawab dengan cara sosial memiliki angka pengungkapan CSR yang lebih rendah daripada rekan mereka yang lebih bertanggung jawab. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang lebih rendah memiliki kemampuan untuk menjadi lebih agresif pajak daripada perusahaan dengan

pengungkapan CSR yang lebih tinggi, berdasarkan fakta yang diberikan di atas.

Bagaimana organisasi memandang biaya pajak dapat menjadi titik awal untuk berpikir tentang bagaimana menangani kewajiban pajak mereka. Untuk kepentingan masyarakat dan negara, korporasi akan memberikan pelayanan dan fasilitas dengan imbalan pajak yang dibayarkan. Itu sebabnya pajak merupakan cerminan komitmen perusahaan terhadap kelestarian lingkungan dan sosial. Selain memenuhi kewajiban perpajakannya, perusahaan juga dapat berkontribusi kepada masyarakat melalui upaya CSR. Untuk mencapai tujuan yang sama dengan pajak, perusahaan harus terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan, yang berfokus pada membangun manfaat dan meningkatkan hubungan masyarakat.

Mengambil tindakan pajak yang agresif adalah cara bagi bisnis untuk menghemat uang pajak. Semakin sedikit perhatian yang diberikan perusahaan terhadap lingkungan terdekatnya, semakin agresif dalam pemungutan pajak. Kegiatan ini tidak hanya bertentangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga bertentangan langsung dengan upaya tersebut. Tindakan CSR menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan dan melunasi pajak cocok dengan peraturan serta perundang-undangan yang legal tanpa memotong bayaran yang sudah menjadi bea masuk. Membayar pajak atau tidak mengenakan pajak secara agresif adalah cara yang bagus untuk belajar tentang lingkungan.

Selain CSR, profitabilitas yaitu elemen lain yang mempengaruhi agresi pajak. Dalam Adnyani dan Astika (2019), Profitabilitas yaitu semakin tinggi laba perusahaan, semakin banyak pajak yang mereka bayar, yang pada gilirannya mempengaruhi beban pajak.. Dalam hal pajak, perusahaan yang menghasilkan banyak uang harus membayar lebih banyak atau bahkan tidak membayar

pajak sama sekali. Temuan dari 2018 oleh Reminda mengungkapkan korelasi antara profitabilitas dan agresivitas pajak, yang menyatakan bahwa perusahaan mencari cara untuk mempertahankan pendapatan melalui agresivitas pajak.

Mereka yang menghasilkan banyak uang menarik perhatian pemerintah, dan mereka membayar banyak pajak. Perusahaan yang lebih besar cenderung mencoba menghindari pembayaran pajak karena hal ini. Karena bobot pajak yang dibayarkan lebih kecil dari keuntungan saat sebelum pajak industri, terus menjadi besar sehingga akan semakin agresif dalam memungut pajak, menurut Mustika (2017). Perusahaan besar memiliki lebih banyak ruang untuk perencanaan pajak untuk mengurangi ETR, yang dapat menyebabkan agresi pajak. Ada korelasi kuat antara ukuran perusahaan dan manfaat pajak, menurut penelitian baru oleh Ayem dan Setyadi (2019). Namun, Mustika (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan tak berdampak pada agresi pajak, meskipun riset sebelumnya menyatakan sebaliknya. Seiring berkembangnya zaman, tindakan pajak agresif semakin berkurang karena demi menjaga citra baik di mata *stakeholder*.

Ketika sebuah perusahaan menginvestasikan uang dalam aset tetap dan persediaan, itu dikenal sebagai intensitas modal. Ini mungkin cara yang baik untuk mengukur efektivitas aset yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Selain itu, intensitas modal dapat digambarkan sebagai trade-off perusahaan antara pengeluaran modal dan keuntungan perusahaan.. Penelitian Andhari dan Sukartha (2017) menghasilkan adanya pengaruh positif pada agresivitas pajak. Oleh karena itu, meningkatkan intensitas modal berarti meningkatkan agresivitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut penelitian Indradi (2018), intensitas modal tak berdampak pada agresi pajak. Hal ini tidak terjadi di sini.

Tujuan utama dari riset ini yaitu guna menganalisis bagaimana perusahaan mematuhi kewajiban perpajakannya. Penipuan dunia nyata masih dicoba oleh industri yang berupaya kurangi bobot pajak yang wajib mereka tanggung. Kepatuhan pajak perusahaan atau *corporate tax activism* menjadi fokus penelitian ini. Penelitian tentang agresivitas pajak dan unsur-unsur yang mempengaruhinya diperlukan karena kurangnya data dan bukti yang solid. *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *capital intensity* adalah beberapa masalah yang diperiksa.

Sejak 2017 hingga 2020, Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mencatatkan wajib pajak industri pertambangan. Faktor-faktor yang dipakai pada riset ini mencakup ukuran perusahaan, profitabilitas, dan intensitas modal. Variabel terikatnya ialah agresivitas pajak. Uji regresi model linier berganda bakal dipakai guna menilai data pada riset ini.

Agresivitas pajak dan tanggung jawab sosial perusahaan telah dipelajari secara ekstensif di Indonesia, tetapi masih banyaknya penelitian yang memberikan hasil berbeda-beda sektor pertambangan. Serta belum adanya penggunaan *capital intensity* pada penelitian sebelumnya pada sektor pertambangan sebagai variabel bebas. Dan juga belum adanya penelitian pada sektor pertambangan pada tahun 2017 hingga 2020. Maka dari itu, riset tentang unsur-unsur yang mempengaruhi agresi pajak perusahaan sangat penting.

Sesuai dengan pemaparan serta penjelasan yang sudah dipaparkan pada latar belakang, formulasi permasalahan yang akan di cermat serta dijawab pada riset ialah:

1. Apakah pengungkapan CSR mempengaruhi negative kepada agresivitas pajak?
2. Apakah profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak?

3. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak?
4. Apakah *capital intensity* mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak?

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Teori

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi masyarakat, pemerintah, dan individu adalah bagian dari teori legitimasi. Ada kontrak sosial antara industri serta warga, sebagaimana dibuktikan di sini melalui informasi sosial dan lingkungan. Agar kontrak sosial bekerja secara efektif, bisnis yang mempekerjakannya harus sesuai dengan nilai dan standar masyarakat pada umumnya.

Dalam dunia bisnis saat ini, perusahaan menjadi lebih sadar akan pentingnya ikatan sosial mereka. Konsep legitimasi mengisyaratkan bahwa terdapat social compact implisit di mana korporasi berkewajiban untuk memenuhi harapan atau kebutuhan masyarakat (Andhari & Sukartha, 2017). Persepsi masyarakat bahwa sebuah institusi telah melanggar kesepakatan sosialnya dapat menempatkannya pada risiko kepunahan. Menurut definisi ini, legitimasi didefinisikan sebagai sesuai dengan seperangkat standar, nilai, keyakinan, dan definisi yang disepakati.

Legitimasi suatu perusahaan didasarkan pada dua faktor, yaitu: (i) Nilai-nilai sosial harus tercermin dalam operasi perusahaan dan (ii) nilai sosial harus tercermin dalam pelaporan aktivitas perusahaan.

Menurut Ahmad (2018), perubahan dalam masyarakat mengharuskan adanya perubahan aturan perusahaan. Tindakan terbaik perusahaan dalam situasi sulit ini adalah menarik perhatian pada diri mereka sendiri dan menjamin bahwa operasi mereka dipandang etis dan legal. Karena perusahaan peduli dengan lingkungannya, program tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk melindungi mereka. Selain menjadi persyaratan hukum, CSR juga dapat memiliki efek menguntungkan bagi perusahaan, seperti mendapatkan dukungan publik dan meningkatkan hubungan masyarakat perusahaan.

Tanggung jawab sosial industri ialah dekat salah satu tanggung jawab industri kepada warga serta area dekat selaku wujud kepeduliannya kepada warga serta lingkungan. Demikian pula, bisnis yang membayar pajak sesuai dengan hukum dan tidak mengurangi atau terlibat dalam agresi pajak adalah bisnis yang bekerja untuk meningkatkan kesejahteraan umum dan kemajuan nasional. *Corporate social responsibility* (CSR) membuktikan kalau industri peduli terhadap masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan-perusahaan ini juga harus membayar pajak sesuai dengan hukum dan menahan diri dari penghindaran pajak. Sebagai hasil dari peningkatan transparansi tentang *corporate social responsibility* (CSR), industri cenderung tidak menggunakan langkah-langkah pajak agresif yang merugikan masyarakat dan perusahaan secara keseluruhan.

2. Teori Stakeholder

Dikala ini, administrasi kelompok industri tidak lagi didasarkan pada filosofi keagenan, tetapi pada teori pemangku

kepentingan, yang merupakan pendekatan manajemen organisasi yang lebih terkini. Menurut teori pemangku kepentingan, bisnis ada untuk membantu pemangku kepentingan mereka daripada diri mereka sendiri (Rizaldi, Mendra, & Novitasari, 2019). *Stakeholder*, seperti halnya pemegang saham, yaitu individu atau lembaga yang mempunyai kepentingan dalam keberhasilan perusahaan. Salah satu persyaratan perusahaan untuk mendapatkan bantuan eksternal yaitu dukungan masyarakat dan lingkungan.

Perusahaan, menurut teori pemangku kepentingan, mempunyai CSR yang memaksa mereka guna memperhitungkan kepentingan seluruh pihak yang terpengaruh dari kegiatan komersial yang mereka lakukan. Manajemen wajib memikirkan tidak hanya kepentingan pemegang saham perusahaan, namun pula kepentingan pemegang saham perusahaan. kepentingan semua orang yang dipengaruhi oleh pilihannya. Teori pemangku kepentingan struktural menunjukkan nilai organisasi dengan tingkat CSR yang lebih tinggi. Akibatnya, semua bisnis harus mematuhi tanggung jawab social mereka.

Menurut pemahaman pemangku kepentingan, industri tidak cuma bertanggung jawab pada pemegang saham ataupun pemiliknya, namun pula pada mereka yang mensupport pembedahan industri di luar temboknya. Pemerintah dan lingkungan sosial merupakan contoh pihak eksternal yang berdampak pada kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatannya. Pemerintah memastikan bahwa bisnis dapat beroperasi, dan bisnis harus membayar pajak sesuai dengan standar yang ditetapkan dan menyerahkan pengembalian pajak kepada pemerintah. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar juga penting jika perusahaan ingin beroperasi tanpa dibatasi oleh nilai, norma, atau dan permasalahan pada warga dalam rencana menaikkan permasalahan warga di mana industri

bekerja. Selaku bagian dari aktivitas tanggung jawab sosial industri, industri membagikan dorongan material keselamatan area dan pembangunan area di area tempat industri ada. Pembedahan CSR yang bertanggung jawab bisa ditafsirkan selaku industri yang hirau kepada area dekat, bertanggung jawab kepada warga serta area dekat, dan bertanggung jawab pada para pengelola kepentingannya. Agar dapat dicap sebagai perusahaan yang peduli lingkungan, perusahaan harus lebih banyak melakukan kegiatan CSR dan membuat informasi ini tersedia untuk publik. Perusahaan ini juga harus bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan lainnya, pemerintah, dan membayar pajak cocok dengan peraturan perundang-undangan yang legal. Duit ini bisa digunakan dengan bagus guna kebutuhan warga serta negeri.

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kala suatu industri memasukkan isu-isu area serta sosial ke pada pembedahan serta kegiatannya dengan para pemangku kebutuhan, itu diketahui selaku *corporate social responsibility (CSR)*, yang adalah istilah yang dipakai guna menggambarkan proses ini. Sejak awal 1970-an, konsep CSR sudah dikenal dan didefinisikan sebagai kebijakan yang terkait dengan *stakeholders*, nilai-nilai, disiplin hukum, apresiasi warga, area, serta komitmen bumi upaya guna berkontribusi pada pembangunan berkepanjangan serta berkas penerapan dan prosedur berkembang.

Operasi dan hubungan perusahaan dengan konsumen dan pemangku kepentingan dipenuhi dengan kesadaran sosial, berkat konsep kesukarelaan dan kolaborasi. *corporate social responsibility (CSR)* bisa didefinisikan selaku ikatan yang saling profitabel antara operasi komersial perusahaan dan masyarakat yang dilayaninya. Industri diharapkan untuk melakukan bagian

mereka dalam meningkatkan kualitas hidup di komunitas mereka melalui *corporate social responsibility* (CSR). Terkait *corporate social responsibility*, Gunawan (2017) mengatakan bahwa ini adalah semacam kegiatan perusahaan yang membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas, yang berdampak baik pada bisnis (Ahmad, 2018).

4. Profitabilitas

Profitabilitas, seperti yang didefinisikan oleh Mustika (2017), adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan keuntungan dengan menggunakan seluruh modalnya. Untuk mengukur seberapa baik manajemen menjalankan perusahaan, pemangku kepentingan melihat margin keuntungan. Penanam modal lebih mengarah mendanakan pada industri dengan tingkatan profitabilitas yang besar karena manajemen perusahaan dipandang berhasil. Ketika profitabilitas perusahaan rendah, investor cenderung tidak berinvestasi.

Dalam Kieso dkk. (2019), profitabilitas adalah penentu utama dalam bobot pajak, sebab industri dengan pemasukan yang lebih besar melunasi lebih banyak pajak. Dalam perihal pajak, industri yang menciptakan banyak duit wajib melunasi lebih banyak ataupun apalagi tidak melunasi pajak serupa sekali. Jumlah pajak yang wajib dibayar pada tahun selanjutnya bisa dikurangi lewat sistem ganti rugi pajak..

Guna mengukur profitabilitas, riset ini memakai proksi ROA, yang mengukur daya industri untuk mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan asetnya. Semakin banyak ROA yang dihasilkan perusahaan, semakin banyak uang yang dihasilkannya. Saat ROA naik, begitu juga tarif pajak efektif (ETR). Akibatnya, keduanya terhubung. Namun, ada hubungan negatif antara ROA dan ETR

karena perubahan periode dan undang-undang perpajakan.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu fitur yang sangat berarti dari suatu industri. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang sesuai dengan ukuran perusahaan dan bisa menunjukkan aktivitas dan penerimaan perusahaan (Reminda, 2017).

Semakin besar perusahaan, semakin kuat upaya industri guna menarik atensi khalayak. Terus menjadi besar industri, terus menjadi berarti untuk pengelola kebutuhan. Oleh sebab itu, industri wajib bertugas lebih keras guna memperoleh legalitas dari para pemangku kepentingan supaya tindakannya bisa dicocokkan dengan angka serta aturan yang legal di warga.

Bagi teori bayaran politik, industri tidak bisa selalu menggunakan pengaruh mereka untuk perencanaan pajak karena potensi mereka yang terbatas untuk menjadi fokus dan target regulasi tindakan. Karena itu, perusahaan besar lebih cenderung terlibat dalam penghindaran pajak yang agresif sebagai akibat dari kekuatan politik mereka..

Leksono et al., (2019) melaporkan kalau ukuran perusahaan merefleksikan suatu industri, yang diklaim dalam keseluruhan aset, keseluruhan penjualan, keseluruhan penjualan pada umumnya, serta keseluruhan aset pada umumnya. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan merupakan jumlah ataupun jumlah aset yang dipunyai oleh suatu korporasi. Organisasi yang lebih besar cenderung memiliki manajemen dan sumber daya yang unggul untuk perencanaan pembayaran pajak (Astika & Putra, 2019). Namun seiring berkembangnya waktu, tindakan agresivitas pajak akan semakin berkurang pada perusahaan yang besar karena perusahaan bakal lebih berhati-hati dalam melaksanakan perbuatan khususnya pada pajaknya agar mendapat citra yang baik

oleh stakeholder. Maka dari itu, mutu pelaporan keuangan wajib transparan, andal, dan tidak terpengaruh oleh fakta-fakta pelaporan manajemen laba yang tersedia. Selain itu, informasi tentang perpajakan dan strategi minimalisasi keuntungan. Hal ini menyatakan kalau semakin besar ukuran korporasi, semakin agresif perencanaan pajaknya.

Patokan ukuran perusahaan yang diatur pada Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008, ialah:

Tabel 1 Kriteria Perusahaan

<u>Skala Usaha</u>	<u>Assets</u>	<u>Hasil Penjualan</u>
Usaha Mikro	Maksimal Rp50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	Rp 50 juta – Rp500 juta	Rp300 juta – Rp2,5 milyar
Usaha Menengah	Rp 500 juta – Rp 10 milyar	Rp2,5 milyar – Rp 50 milyar

6. Capital Intensity

Capital intensity yaitu perbandingan operasi pemodal industri pada dalam aktiva tetap (*capital intensitas*) dan dalam persediaan (*intensitas persediaan*). Ini adalah persentase kekayaan perusahaan yang diinvestasikan dalam aktiva tetap yang disebut sebagai modal. (Astika & Putra, 2019). Semakin besar nilai investasi perusahaan, semakin besar beban keuangannya. Investasi aset tetap dan inventaris disebut sebagai "Intensitas Modal" atau "Rasio Intensitas Modal" suatu perusahaan. Untuk mengukur intensitas modal, pertimbangkan jumlah uang yang diinvestasikan dalam aset perusahaan. Dengan kata lain, intensitas modal adalah ukuran berapa banyak uang yang bersedia dikeluarkan oleh perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan finansialnya sendiri. Sederhananya, intensitas modal mengacu pada persentase total aset yang dimiliki dalam aset tetap dan persediaan.

Inventarisasi, modal, dan intensitas R&D adalah tiga komponen komposisi aset yang dinilai. Karena penurunan aset tetap dapat dikurangkan dari pendapatan saat menghitung pajak, pendapatan kena pajak dan ETR perusahaan juga akan lebih rendah (Indradi, 2018)

7. Agresivitas Pajak

Di dunia sekarang ini, agresi pajak menjadi perhatian utama. Setiap perusahaan, besar atau kecil, memiliki kecenderungan untuk menjadi pajak-agresif. Dimungkinkan untuk menghentikan aktivitas pajak ini dengan mencoba menurunkan jumlah pajak yang dipungut.

Agresivitas pajak yaitu strategi yang digunakan oleh bisnis untuk menurunkan penghasilan kena pajak mereka. *University of Virginia Amerika Serikat Mary Margaret Frank College of Business Accounting* menyatakan bahwa perpajakan adalah taktik pajak yang sah atau tidak sah guna mengurangi laba kena pajak. Penting untuk diingat bahwa tidak semua surga pajak menerapkan strategi perencanaan pajak.

Jika sebuah perusahaan mencoba untuk menurunkan beban pajaknya dengan metode yang sah ataupun melanggar hukum, perusahaan tersebut dikatakan terlibat dalam perilaku agresif pajak (misalnya penghindaran). Beberapa perencanaan pajak sah, tetapi semakin banyak cara yang ditemukan bisnis untuk menghindari pembayaran pajak, semakin agresif terlihat.

Dengan memanfaatkan celah hukum, skema penghindaran pajak bertujuan guna mereduksi jumlah pajak yang disetorkan oleh individu dan bisnis. Dengan kata lain, penghindaran pajak seperti ini halal karena tidak melanggar hukum. Ada kemungkinan perilaku ini akan berdampak pada pajak negara. Dengan kata lain, penghindaran pajak adalah konsep samar-samar yang berada di tengah-tengah keduanya. Ketika berbicara tentang penghindaran pajak, ini semua

tentang menekuk hukum kode pajak untuk menurunkan jumlah uang yang harus Anda bayar. Penghindaran pajak adalah penghindaran pajak, polos dan sederhana. Agresivitas pajak seorang wajib pajak dapat dinilai dengan menggunakan berbagai metode, di antaranya tarif pajak efektif, tarif pajak tunai efektif, selisih pajak Manzon-Plesko dan Desai-book Dharmapala, dan perencanaan pajak (Indradi, 2018). Beberapa riset terdahulu memakai ETR guna mengukur agresivitas pajak, menurut penulis, yang mengutip sejumlah penelitian tersebut. Perusahaan yang terlibat dalam agresi pajak mungkin dipandang sebagai perusahaan yang tidak peduli dengan kesejahteraan masyarakat tempat mereka beroperasi. Setiap korporasi yang melakukan penggelapan pajak harus dihukum karena kegiatannya berdampak negatif bagi seluruh masyarakat.

B. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan berkewajiban guna menyetorkan pajak ke negara tempat perusahaan beroperasi, sebagai wajib pajak. Perusahaan membuat dampak positif pada masyarakat dan negara secara keseluruhan dengan membayar bagian pajak yang adil. Menurut Mustika (2017), masyarakat melihat pajak sebagai bentuk kompensasi yang diberikan kepada masyarakat oleh korporasi atas penggunaan sumber daya masyarakat. Tindakan tanggung jawab sosial perusahaan digunakan untuk mencapai hal ini. Komunikasi antara perusahaan dan masyarakat adalah cara lain untuk menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Tujuan dari kemitraan ini adalah untuk menarik perhatian organisasi dan menciptakan citra positif di masyarakat. Agar sah, sebuah perusahaan harus menghasilkan keuntungan sekaligus

menyediakan kebutuhan masyarakat. Industri yang tidak bertanggung jawab dengan cara sosial merupakan industri yang menggunakan penghindaran pajak sebagai strategi untuk mendapatkan keuntungan dari pesaing mereka. Sebagai masalah hukum dan etika yang lebih mendasar, sikap industri kepada tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi atau relevan dengan keputusannya untuk menurunkan kewajiban pajaknya. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk tujuan kemanusiaan mungkin sulit dibedakan dari CSR untuk bisnis tujuan. Ini berarti bahwa dampak CSR terhadap agresivitas pajak harus dipertimbangkan, terlepas dari apakah aktivitas tersebut dilakukan karena kewajiban atau karena motif lain.

Menurut Gunawan dkk.(2018), Andhari dan Sukarta(2017) dan Yoehana dan Harto(2013) meyakinkan kalau corporate social responsibility mempengaruhi negative kepada agresivitas pajak. Bersumber pada riset terdahulu sehingga anggapan yang diajukan dalam riset ini merupakan:

H_1 : *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi negatif kepada agresivitas pajak

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari tindakannya dikenal sebagai profitabilitas. Manajemen perusahaan dan harapan pemiliknya sering dianggap berhasil ketika laba tinggi. Perusahaan yang menghasilkan banyak uang harus siap membayar bagian pajak yang adil.

Menurut Susanto (2018), Dewi (2017) dan Dewinta (2016) membuktikan kalau profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak. Bersumber pada riset terdahulu sehingga anggapan yang diajukan dalam riset ini merupakan:

H_2 : Profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Dimungkinkan untuk mengklasifikasikan korporasi menurut ukurannya berdasarkan berbagai faktor, termasuk berapa banyak uang yang dimilikinya dalam aset. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah aset perusahaan, dan perusahaan yang lebih besar diyakini lebih produktif. Total aset perusahaan tumbuh bersama dengan ukurannya. Terus menjadi besar industri, terus menjadi banyak aset yang dipunya. Setiap tahun, aset perusahaan disutkan, yang menurunkan laba bersih dan, sebagai akibatnya, beban pajaknya.

Menurut Ayem dan Setyadi (2019), Luke (2016) dan Sri dan Afik (2019) membuktikan kalau ukuran perusahaan mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak. Bersumber pada riset terdahulu sehingga anggapan yang diajukan dalam riset ini merupakan:

H₃ : Ukuran perusahaan mempengaruhi positif terhadap agresivitas pajak

4. Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Jika sebuah perusahaan memiliki banyak aset tetap serta bekal, ia mempunyai keseriusan modal yang tinggi. Beban pajak perusahaan dapat diringankan dengan mendepresiasi aset tetapnya..

Terus menjadi banyak aset tetap yang dipunyai industri, terus menjadi tinggi intensitas modalnya. Setiap tahun, biaya penyusutan aset tetap terjadi. Wajib pajak dapat mengurangi biaya penyusutan aset dari penghasilan kena pajaknya, dan semakin tinggi aset tetap perusahaan, semakin besar tingkat penyusutannya, yang mengurangi penghasilan kena pajak dan ETR..

Menurut Adyani dan Astika (2019), Hanum (2013) dan Putri dan Lautina (2016) membuktikan kalau *capital intensity* mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak. Bersumber pada riset terdahulu sehingga anggapan yang diajukan dalam riset ini merupakan:

H₄ : *Capital intensity* mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Agresivitas Pajak (Y)

Agresivitas pajak yaitu tujuan perusahaan untuk meminimalkan jumlah uang yang dibayarkan dalam pajak, apakah itu legal atau ilegal. Tarif pajak efektif proxy digunakan untuk menilai seberapa agresif pemerintah mengejar pendapatan pajak (ETR). ETR digunakan karena dalam penghindaran pajak tidak hanya bersumber dari pajak penghasilan saja tetapi beban pajak lainnya yang tergolong dapat dibebankan pada perusahaan. Dengan demikian, semakin besar ETR semakin besar pajak yang dibayar perusahaan atau semakin patuh perusahaan terhadap pajak. Untuk merefleksikan penghindaran pajak, semua nilai ETR dikali minus satu (-1). ETR telah digunakan sebagai pengganti dalam penelitian sebelumnya. Rizaldi (2019) menjelaskan bahwa proxy ETR dapat digunakan untuk menghitung agresi pajak sebagai berikut:

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

Dengan menggunakan proksi ETR, agresivitas pajak dalam penelitian ini dapat menunjukkan perbedaan tetap antara laba buku dan laba fiskal. Semakin

rendah nilai ETR, semakin agresif kebijakan pajak perusahaan.

2. Variabel Independen

• Pengungkapan Corporate Social Responsibility (X1)

Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sebuah perusahaan diharapkan untuk terlibat dalam kegiatan yang konsisten dengan nilai-nilai dan konvensi serta masyarakat pada umumnya. Edisi Global Reporting Initiative, atau GRI G4, saat ini menggunakan indikator pengungkapan yang banyak digunakan di seluruh dunia untuk menilai tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tercermin dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Indikator GRI G4 dipilih karena generalisasi dan kemampuannya untuk dibandingkan dengan studi yang dilakukan di tingkat nasional. Faktor ekonomi, lingkungan, dan sosial semuanya dipertimbangkan saat mengumpulkan data untuk penelitian ini. Jumlah proyek CSR yang diantisipasi adalah 91, dengan sembilan proyek ekonomi, 34 proyek lingkungan, dan 48 program sosial termasuk dalam total ini.

Elemen daftar periksa dibandingkan dengan pengungkapan laporan tahunan perusahaan untuk mencapai hasil ini. Jika item y terungkap, nilainya adalah 1, jika tidak, 0. Proksi CSRI dapat digunakan untuk menghitung pengungkapan CSR dengan memberikan nilai pada setiap item, berikut rumusnya:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan:

CSRI_i : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan i

$\sum X_{yi}$: nilai = 1 jika item y diungkapkan; 0 = jika y tidak diungkapkan

n_i : jumlah item perusahaan i, $n_i = 77$

• Profitabilitas (X2)

Kemampuan manajemen perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan disebut sebagai profitabilitas. *Return on assets* (ROA) adalah metrik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai profitabilitas perusahaan karena mengungkapkan seberapa baik ia mengelola asetnya. Investor akan dapat menilai efisiensi perusahaan dalam mengelola aset melalui penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Penghitungan profitabilitas menggunakan rasio ROA dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

• Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang sering digunakan untuk menjelaskan perubahan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Besar kecilnya harta kekayaan yang dimiliki oleh suatu korporasi diukur dari ukurannya. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung logaritma natural dari total aset untuk menentukan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya, rumusnya sebagai berikut:

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

• Capital Intensity (X4)

Intensitas modal dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diinvestasikan dalam aset tetap dan persediaan. Reminda (2017) mengklaim bahwa penyusutan aset tetap memungkinkan perusahaan untuk

mengurangi beban pajaknya setiap tahun. Temuan ini menunjukkan kemampuan perusahaan yang memilih investasi aset tetap untuk secara akurat menghitung penyusutan untuk tujuan pajak dan tujuan penghasilan kena pajak, yang dapat digunakan untuk mengurangi penghasilan kena pajak. Dengan berikut perhitungan yang tepat untuk *capital intensity* dengan rumus yaitu:

$$\frac{\text{Total Aset Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan riset ini guna mengenali akibat akibat pengungkapan CSR(X1), profitabilitas(X2), ukuran perusahaan(X3), serta *capital intensity*(X4) kepada agresivitas pajak(Y) pada industri pertambangan yang tertera di Bursa Efek Indonesia(BEI) rentang waktu 2020-2021. Informasi yang hendak dipakai merupakan data sekunder dari laporan keuangan yang didapat lewat web sah Bursa Efek Indonesia ialah www.idx.co.id, web sah industri yang terdapat dan dari bermacam basis lain yang mensupport riset. Ilustrasi industri itu setelah itu diseleksi dengan memakai tata cara purposive sampling.

B. Analisis Data

Analisa hasil riset yang hendak dijabarkan dalam ayat ini mencakup:(1) hasil statistik deskriptif,(2) hasil asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolenieritas, percobaan heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi,(3) Uji regresi linier berganda yang terdiri dari 3(3) bagian hasil uji asumsi ialah hasil koefisien determinasi(adjusted R²), Uji simultan(uji F), serta Uji parsial(Uji t).

1. Statistik Dekskriptif

Analisa statistik deskriptif ialah metode deskriptif yang membagikan data hal informasi yang dipunyai serta tidak

berarti mencoba anggapan. Analisa ini cuma dipakai guna menyuguhkan serta menganalisa informasi diiringi dengan kalkulasi supaya bisa memperjelas kondisi ataupun karakter informasi yang berhubungan. Analisa statistik deskriptif mencakup rata- rata(mean), standar digresi, angka maksimal, serta angka minimal informasi riset. Variabel riset ini mencakup agresivitas pajak(Y), pengungkapan CSR(X1), profitabilitas(X2), ukuran perusahaan(X3), serta *capital intensity*(X4).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dicoba dalam riset ini guna mengenali kelayakan pemakaian bentuk yang hendak dipakai dalam riset. Pengetesan ini dicoba guna membenarkan kalau dalam bentuk regresi yang dipakai uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi.

• Uji Noromalitas

Model regresi, faktor perancu, dan residual semuanya dikenai uji normalitas untuk menentukan apakah mereka terdistribusi normal. Distribusi data dapat diuji dengan dua cara, menurut Ghozali (2016): analisis grafis dan pengujian statistik. Distribusi data pada sumbu diagonal grafik atau histogram residual dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas.

H0: Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05 maka H0 ditolak. Dapat disimpulkan data residual terdistribusi tidak normal

H0: Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih dari 0,05 maka H0 diterima. Dapat disimpulkan data residual terdistribusi normal

• Uji Multikolinearitas

Percobaan multikolinearitas merupakan pengujian yang dicoba guna mengenali apakah dalam sesuatu bentuk regresi ditemui terdapatnya hubungan antarvariabel bebas riset. Bentuk regresi yang bagus sepatutnya tidak terjalinkan hubungan di antara variabel bebas.

Terdapat tidaknya hubungan dampingi elastis itu bisa dideteksi dari angka Tolerance Value serta *Variance Inflation Factor*(VIF)

• Uji Heterokedastisitas

Terdapat perbedaan dalam variabilitas variabel gangguan, yang disebut heteroskedastisitas. Ini digunakan untuk menentukan apakah varians model tidak sama antara residual satu pengamatan dan pengamatan lainnya (Ghozali, 2016). Ketika tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, maka keluaran model tersebut adalah homoskedastisitas.

C. Uji Hipotesis

Model regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data dan menilai hipotesis penelitian. Tarif pajak efektif (ETR) berfungsi sebagai ukuran seberapa agresif suatu perusahaan dalam hal pemungutan pajak, sedangkan pengungkapan CSR, ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), dan intensitas modal (CI) berfungsi sebagai faktor independen (CAPIN). Untuk tujuan penyelidikan ini, persamaan berikut untuk regresi linier berganda digunakan:

$$TAG_{it} = \alpha_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 CAPIN_{it} + \epsilon$$

Keterangan:

- TAG_{it} : Agresivitas pajak perusahaan I tahun ke-t yang diukur dengan menggunakan proksi ETR
- α₀ : Konstanta
- β : Koefisien Regresi
- CSR : Pengungkapan item CSR
- ROA : *Return on Asset*
- SIZE : Ukuran Perusahaan
- CAPIN : *Capital intensity*
- E: Error (kesalahan pengganggu

IV. SIMPULAN

Berdasarkan analisis data di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

A. Hasil analisa memakai data panel diperoleh kalau *corporate social*

responsibility(CSR) berpengaruh negative serta tidak signifikan kepada agresivitas pajak, sehingga bisa disimpulkan kalau hipotesis awal yang melaporkan kalau CSR mempengaruhi negative kepada agresivitas pajak(ETR) ditolak.

B. Hasil analisa memakai data panel diperoleh kalau profitabilitas(ROA) mempengaruhi positif serta signifikan kepada agresivitas pajak, sehingga bisa disimpulkan kalau hipotesis kedua yang melaporkan kalau profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak(ETR) diterima. Hasil Penelitian ini dapat membuktikan apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh atau tidak terhadap agresivitas pajak, Hal ini dapat menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh terhadap agresivitas pajak

C. Hasil analisa memakai data panel diperoleh kalau ukuran perusahaan(SIZE) mempengaruhi negative serta tidak signifikan kepada agresivitas pajak, sehingga bisa disimpulkan kalau hipotesis ketiga yang melaporkan kalau profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak(ETR) ditolak.

D. Hasil analisa memakai data panel diperoleh kalau *capital intensity*(CAPN) mempengaruhi negative serta tidak penting kepada agresivitas pajak, sehingga bisa disimpulkan kalau hipotesis keempat yang melaporkan kalau profitabilitas mempengaruhi positif kepada agresivitas pajak(ETR) ditolak.

DAFTAR RUJUKAN

(kein Datum).
 Adnyani, N. K., & Astika, I. B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Ukuran Perusahaan Pada Tax Aggressive. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 594-621.
Agresivitas Pajak, Simak Pemahaman dan Resikonya di Sini. (4. Oktober 2019).

- Von online-pajak.com:
<https://www.online-pajak.com/tentang-pph-final/agresivitas-pajak-abgerufen>
- Ahmad, E. F. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Inventory Intensity Terhadap Effective Tax Ratio.
- Andhari, P. A., & Sukartha, I. M. (2017). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, INVENTORY INTENSITY, CAPITAL INTENSITY DAN LEVERAGE PADA AGRESIVITAS PAJAK. *E-JURNAL AKUNTANSI*, 2115-2142.
- Ayem, S., & Setyadi, A. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, KOMITE AUDIT DAN CAPIITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Akuntansi Pajak Universitas Sarjanawiyatta Tamansiswa*, 228-241.
- Dande, N. U. (2018). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Tambang. *Parsimonia*, 97 - 112.
- Indradi, D. (2018). PENGARUH LIKUIDITAS, CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi empiris perusahaanManufaktur sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.). *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 147-167.
- Mustika. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, CAPITAL INTENSITY DAN KEPEMILIKAN KELUARGA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *E-Jurnal Pajak*.
- (2021). Von KEMENTERIAN KEUANGAN DIREKTORAT JEDERAL PAJAK: <https://www.pajak.go.id/id/pajak-abgerufen>
- Putri, R., Moh., R. N., & Kurnia. (2018). 2018Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *e-Proceeding of Management*, 5: 2139-2146.
- Reminda, A. D. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *JOM Fekon*, 4279-4293.
- Rizaldi, A. R. (2019). KINERJA PEGAWAI DALAM TINJAUAN BUDAYA ORGANISASI (STUDI KASUS). *Journal of Management & Business*, 131-144.
- Sulityowati, & Ulfah, L. A. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2015. *Jurnal Akuntansi , Auditing dan Keuangan*, 237-253.