



PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, INTENSITAS MODAL, DAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI
TAHUN 2014-2018

THE INFLUENCE OF SALES GROWTH, CAPITAL INTENSITY, AND CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY TO TAX AGGRESSIVENESS CASE STUDIES OF
MANUFACTURING COMPANIES REGISTERED ON THE IDX 2014-2018

Laurensia Hanny Ambarjati
Lhambarjati@gmail.com
Sistomo Siswoadmojo
sistomosiswoatmodjo@gmail.com
Desideria Regina
reginadesi@yahoo.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia
Jakarta, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research is to see whether there is an influence between sales growth, capital intensity, and corporate social responsibility on tax aggressiveness in manufacturing companies listed on the IDX in 2014-2018. This study uses a quantitative approach, and uses multiple regression analysis to test sales growth, capital intensity, and corporate social responsibility towards tax aggressiveness. From the results of statistical tests, it is found that sales growth and capital intensity have no partial or significant effect on tax aggressiveness, while corporate social responsibility has a partial and significant effect on tax aggressiveness.

Keywords: Sales Growth, Capital Intensity, tax aggressiveness

1. Pendahuluan

Bagi seseorang yang berada di Indonesia pajak ialah hal yang melekat, setiap orang ialah wajib pajak yang sudah diatur oleh hukum tidak terlepas dari usia seseorang, mereka merupakan wajib pajak dimulai dari lahir hingga meninggal.

Di Indonesia ada 3 sistem pemungutan yang berlaku yaitu *withholding system*, *official assessment system*, dan *self assessment system*. Dari tiga sistem pemungutan tersebut wajib pajak diberikan kewenangan dan tanggung jawab untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, serta melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar dalam sistem *self assessment*.

Dengan diberikannya wewenang dan tanggung jawab, peran aktif dan kesadaran wajib pajak untuk melapor sesuai dengan keadaannya yang sebenarnya serta membayar

tepat waktu menjadi hal yang diperlukan dan harus dibangun sedini mungkin dalam diri wajib pajak itu sendiri. Namun tidak jarang wajib pajak melakukan perlawanan terhadap pungutan pajak yang ada, karena besarnya biaya pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak serta mengurangi penghasilan yang diperoleh.

Pajak menjadi beban tambahan bagi sebuah perusahaan selain beban operasional yang harus ditanggung dalam kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan melakukan beragam upaya untuk mengurangi beban tanggungan mereka yang memberatkan serta mengurangi laba dalam setiap periode pencatatan. Oleh karena itu perusahaan dapat menjadi agresif terhadap pajak atau melakukan tindakan agresivitas pajak.

Di Indonesia sendiri ada beragam contoh kasus yang pernah terjadi dimana suatu entitas bertindak agresif terhadap pajak. Berikut ini adalah beberapa kasus penghindaran pajak yang terjadi di Indonesia :

Tabel 1
KASUS PENGHINDARAN PAJAK

NO	Tahun	Kasus
1	2019	PT Adaro Energy diduga melakukan penghindaran pajak sehingga DJP mendalaminya (Friana, 2019)
2	2019	Negara dapat mengalami kerugian hingga US\$ 14 juta per tahun, akibat penghindaran pajak milik British American Tobacco (BAT) yang bergerak di bidang tembakau melalui PT Bentoel Internasional Investama, berita tersebut dilaporkan oleh Lembaga Tax Justice Network pada Rabu (8/5). (Prima, 2019)
3	2018	Dalam berita yang ditulis oleh (Amri, 2018) RSPO diduga melakukan penghindaran pajak di Indonesia senilai Rp 8 miliar per tahun dengan cara menghindari pembayaran pajak (<i>tax evasion</i>) melalui pendapatan yang berasal dari perdagangan CPO yang memiliki sertifikat serta iuran anggotanya, yang semestinya dibayarkan kepada Ditjen Pajak Kementerian Keuangan. Salinan surat mengenai penghindaran pajak oleh RSPO di Indonesia diterima oleh Redaksi Majalah Sawit Indonesia melalui email terkait.
4	2016	Dalam tulisannya (Ariyanti, 2016) menuliskan bahwa di Indonesia Twitter, Facebook, dan Yahoo hanya membayar pajak atas PPh Pasal 21 dan 23, namun untuk PPh Badan mereka tidak membayarkannya.
5	2019	Terdakwa yang merupakan direktur dan pengurus CV Pandawa Lima Lapan (PLL). Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan tandan buah segar (TBS) sawit yang beroperasi di Kota Jambi. Andi Wibowo didakwa melanggar UU perpajakan karena tidak malapor dan membayar pajak perusahaan yang dijalankannya sehingga menimbulkan kerugian negara mencapai Rp4,7 miliar (Hasendra, 2019).

6	Dalam tulisannya (Saputra, 2019) menuliskan bahwa ketua Pengadilan Tipikor Pengadilan Negeri Pekanbaru Saut Maruli Pasaribu menjatuhkan hukuman dua tahun penjara untuk Direktur CV Adhitya Berkat Mandiri (ABM) yang bernama Zulkarnain Rangkuti (59 tahun) karena telah menggelapkan pajak sebesar Rp 753.680.312
---	---

Banyaknya kasus penghindaran untuk membayar pajak menunjukkan masih rendahnya peran aktif dan kesadaran perusahaan untuk membayar pajak sesuai dengan keadaan sebenarnya ataupun membayar tepat waktu sebelum tenggat waktu yang ditetapkan. Dalam suatu pendapatan negara, pemerintah lebih besar mengharapkan pendapatan negara dari penerimaan pajak pada setiap tahun selalu meningkat agar pendapatan negara semakin meningkat dan dapat melakukan pembangunan dalam negeri (Batmomolin, 2018). Penerimaan negara dari sektor pajak akan terpengaruh oleh banyaknya kasus penghindaran pajak yang terus terjadi. Selama tahun 2014-2018 penerimaan negara belum memenuhi target yang disusun dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Tabel 2
PENERIMAAN PAJAK DAN TARGET TAHUN 2014-2018
(DALAM MILIARAN, KECUALI DINYATAKAN LAIN)

	2014	2015	2016	2017	2018
Penerimaan perpajakan	1,146,865.80	1,240,418.86	1,284,970.10	1,343,529.80	1,518,789.80
Target	1,280,389	1,379,992	1,546,665	1,498,871	1,618.1 T

Sumber:(Statistik, 2017, 2020) (Badan Pusat Statistik, 2020) ; (Keuangan, n.d.).

Ada berbagai faktor yang menyebabkan sebuah perusahaan melakukan penghindaran pajak. Tiga diantaranya yaitu pertumbuhan penjualan, dalam sebuah perusahaan pertumbuhan penjualan merupakan hal yang penting, karena penjualan memiliki proporsi yang besar untuk pemasukan perusahaan. Bisa dikatakan, bisnis adalah penjualan, tidak ada penjualan artinya tidak ada bisnis, perusahaan yang sehat harus memiliki pertumbuhan penjualan yang positif dari tahun ke tahun (Budiman, 2018)

Yang kedua intensitas modal, salah satu pengukuran yang digunakan untuk mengukur Intensitas modal dengan menggunakan rasio intensitas aset tetap yaitu jumlah aset tetap dibagi dengan total aset. Dari pengukuran tersebut memperlihatkan seberapa tinggi nilai alokasi aset tetap dalam keseluruhan total aset untuk menghasilkan penjualan atau memberikan keuntungan bagi entitas.

Faktor ketiga merupakan tanggung jawab sosial perusahaan Menurut UU NO 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3 tentang Perseroan Terbatas yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai “komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menciptakan citra yang baik untuk suatu entitas di hadapan masyarakat. Ada

berbagai macam penelitian yang dilakukan untuk mengujinya, namun terdapat berbagai macam kesimpulan yang diperoleh.

Untuk menilai apakah terdapat pengaruh hubungan pertumbuhan penjualan, intensitas modal, dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan studi kasus pada perusahaan manufaktur maka penulis menyusun penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan penjualan, Intensitas modal, dan Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap Agresivitas Pajak studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018”

2. Tinjauan Pustaka

a. Teori keagenan (*Agency Theory*)

Teori ini pertama kali diungkapkan oleh Jensen and Meckling dalam jurnalnya yang berjudul “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure.*” Memaparkan yang dimaksud dengan teori agensi yaitu “*Agency Theory primarily deals with the principal-agent relationship (also referred to as the agency relationship) existing in the separation of ownership and management, or in the separation of risk bearing, decision making and management functions*”

Dalam pendefinisian dari teori tersebut menjelaskan hubungan *principal*-agen yang terdapat pemisahan kepemilikan dengan manajemen, yaitu dalam pemisahan fungsi-fungsi pengambilan risiko, pengambilan keputusan dan fungsi manajemen.

b. Teori Legitimasi

Teori legitimasi dapat menjadi suatu strategi bagi perusahaan dalam menjalankan operasinya. Perusahaan yang dalam operasionalnya memiliki legitimasi yang baik akan memperoleh gambaran citra yang baik ,serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Teori legitimasi menurut (Ulum, 2017) dijelaskan bahwa “organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin operasi mereka berada dalam batas dan norma yang berlaku di masyarakat”. Dari definisi tersebut maka entitas akan mencari cara membangun hubungan yang baik dengan masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan.

Menurut (Ulum, 2017)“teori legitimasi bergantung pada premis bahwa terdapat ‘kontrak sosial’ antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi”.

c. Pertumbuhan Penjualan

Terdapat berbagai macam langkah untuk mengukur kinerja manajemen dalam mengelola perusahaannya melalui rasio keuangan, salah satunya rasio pertumbuhan. Yang diartikan menurut (Kasmir, 2019) dalam bukunya yaitu “rasio pertumbuhan menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya”. Terdapat beberapa rasio yang dapat dianalisis dalam rasio pertumbuhan menurut (Kasmir, 2019) diantaranya “pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba bersih, pertumbuhan pendapatan persaham dan pertumbuhan dividen per saham”. Dalam penelitian ini diteliti mengenai pertumbuhan penjualan dalam perusahaan.

Dalam operasional perusahaan adanya pertumbuhan dalam penjualan sangatlah penting, yaitu dimana omzet penjualan merupakan ujung tombak operasional perusahaan. Bisa dikatakan, bisnis adalah penjualan, tidak ada penjualan artinya tidak ada bisnis. Oleh sebab itu, perusahaan yang sehat harus memiliki pertumbuhan penjualan yang positif dari tahun ke tahun (Budiman, 2018).

d. Intensitas Modal

Intensitas modal dapat digunakan untuk melihat seberapa besar pendanaan yang dikeluarkan perusahaan terhadap aset tetapnya (intensitas aset tetap) dan terhadap persediaannya (intensitas persediaan) dengan menggunakan rasio. Kedua rasio tersebut dapat mengukur seberapa besar perusahaan berinvestasi untuk menghasilkan penjualan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam penelitian ini Intensitas modal diukur menggunakan rasio intensitas aset tetap.

Menurut PSAK 16 revisi 2014 paragraf 6 aset tetap didefinisikan sebagai “aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif; dan diharapkan digunakan selama lebih dari satu periode”.

Semua aset tetap kecuali tanah memiliki beban penyusutan atau kehilangan kapasitas produksi, kecuali tanah untuk pertambangan yang juga mengalami penyusutan. Beban penyusutan untuk setiap periode diakui dalam laba rugi, yang setiap periode termasuk beban bagi perusahaan.

Rasio intensitas aset tetap menurut (Lanis & Richardson, 2012) intensitas modal adalah aset tetap bersih (*property, plant, & equipment*) dibagi dengan total aset.

e. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Pernyataan bahwa suatu entitas dibebani oleh adanya tanggung jawab sosial dalam operasional perusahaan didukung oleh regulasi dalam Undang-Undang untuk Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 yang menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan “komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Menurut (Untung, 2014) tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai “suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan komunitas setempat ataupun masyarakat luas”. Dari kedua pengertian sebelumnya maka inti dari definisi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kemauan perusahaan dalam membangun ekonomi bagi masyarakat setempat dan masyarakat luas.

Berikut ini diuraikan alasan penting mengapa perusahaan harus melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan menurut (Gunawan, 2014) terdiri dari:

- Suatu entitas dalam melakukan kegiatan produksi membutuhkan atmosfer yang mendukung agar dapat melaksanakan kegiatan produksi operasional

perusahaan yang berkelanjutan. Dengan mengenal sosial budaya masyarakat setempat akan membantu adaptasi dan hidup berdampingan yang saling menguntungkan dan dapat hidup secara damai.

- Dengan adanya pergantian kepemilikan dalam dunia usaha, yang sebelumnya kepemilikan pribadi berganti menjadi kepemilikan publik. Secara tidak langsung, perusahaan tidak lagi hanya sebatas institusi bisnis, tetapi telah berganti menjadi institusi sosial. Dunia usaha tidak hanya bertugas mencari keuntungan, tetapi juga harus berperan menjadi institusi yang memiliki tanggungjawab sosial
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Keempat ayat dalam Pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- Dengan adanya standard ISO, tanggung jawab sosial perusahaan menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi dan dilaksanakan seperti layaknya standar ISO (ISO 26000 *on Social Responsibility*) sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan oleh entitas untuk kegiatan berkelanjutan dari entitas tersebut.
- Motivasi perusahaan dalam pentingnya menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan ini, menjadi tren global terhadap barang yang ramah terhadap lingkungan dan kegiatan operasional yang memperhatikan kaidah-kaidah prinsip HAM dan kaidah sosial.
- Bank-bank di benua Eropa dalam peraturan pemberian kredit diberikan hanya apabila entitas menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik.

f. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Agresivitas Pajak

Penjualan yang meningkat merupakan harapan bagi para pemegang kepentingan (*principles*) dalam perusahaan, sehingga manajemen (agen) diharapkan mampu memaksimalkan penjualan agar mengalami peningkatan atau pertumbuhan setiap tahunnya. Dengan adanya pendapatan yang meningkat dan dianggapnya pajak sebagai beban, akan meningkatkan kemungkinan suatu entitas dalam meminimalkan total pajak yang harus disetor kepada negara oleh perusahaan dengan melakukan penghindaran terhadap pajak.

Hal serupa diungkapkan oleh (Budiman, 2018) yaitu bahwa omzet perusahaan merupakan ujung tombak suatu perusahaan, adanya pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Bisa dikatakan, bisnis adalah penjualan, tidak ada penjualan artinya tidak ada bisnis.

H₁: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

g. Pengaruh Intensitas Modal terhadap Agresivitas Pajak

Variabel intensitas modal dapat diartikan sebagai seberapa besar proporsi suatu entitas berinvestasi dalam aset tetap dan persediaan. Pengukuran untuk variabel intensitas modal dalam penelitian ini digunakan pengukuran rasio intensitas aset tetap untuk mengukur

intensitas modal perusahaan. Rasio intensitas aset tetap ditunjukkan untuk mengetahui proporsi perusahaan untuk menggunakan aset tetapnya dalam keseluruhan total aset untuk menghasilkan penjualan.

Sesuai dengan teori agensi agen yang bertanggung jawab akan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam hal intensitas modal untuk rasio intensitas aset tetap, agen yang bertanggung jawab akan mengelola aset tetap dengan maksimal untuk memaksimalkan keuntungan bagi *principal*. Dengan semakin besar laba perusahaan semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan yang besar dengan memanfaatkan aset tetapnya memiliki potensi untuk menghindari pajak yang besar.

H₂: Intensitas modal berpengaruh terhadap agresivitas pajak

h. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Bentuk dari tanggung jawab sosial serta komitmen entitas untuk pembangunan ekonomi bagi masyarakat setempat dan masyarakat luas merupakan bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan.

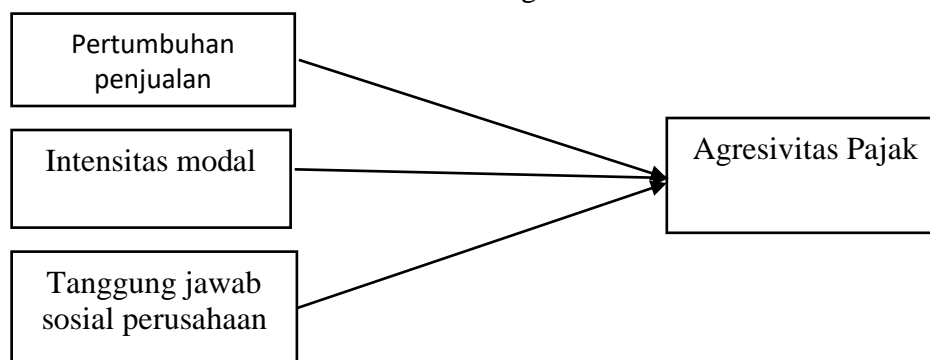
Suatu entitas yang melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan berusaha untuk memperoleh citra yang baik dan kepercayaan dari masyarakat setempat ataupun masyarakat luas. Dengan menyampaikan kegiatan tanggung jawab sosial, suatu organisasi berusaha memperoleh legitimasi dari masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan strategi perusahaan. Apabila perusahaan melakukan kegiatan penghindaran pajak hal tersebut tentu akan mempengaruhi citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat. Disisi lain perusahaan telah mengeluarkan uang untuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti dinyatakan oleh (Richardson & Lanis, 2012) perusahaan tidak bertanggung jawab secara sosial apabila perusahaan tetap melaksanakan penghindaran pajak.

H₃: Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Kerangka Penelitian

i. Kerangka Penelitian

Gambar 1
Kerangka Penelitian



3. Metode Penelitian

a. Pertumbuhan Penjualan

Dalam bukunya (Budiman, 2018) pertumbuhan penjualan dapat dianalisis dengan membagi penjualan periode terkini dengan penjualan periode sebelumnya, yang memiliki aturan semakin tinggi pertumbuhan semakin baik.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Periode Terkini}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}} - 1$$

Omzet perusahaan merupakan ujung tombak suatu perusahaan, adanya pertumbuhan penjualan sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Bisa dikatakan, bisnis adalah penjualan, tidak ada penjualan artinya tidak ada bisnis. Oleh sebab itu, perusahaan yang sehat harus memiliki pertumbuhan penjualan yang positif dari tahun ke tahun. (Budiman, 2018)

b. Intensitas Modal

Rasio intensitas aset tetap menurut (Lanis & Richardson, 2012) Intensitas modal adalah aset tetap bersih (*property, plant, & equipment*) dibagi dengan total aset.

$$\text{Rasio Intensitas Aset Tetap} = \frac{\text{Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Dari rasio tersebut memperlihatkan seberapa besar proporsi aset tetap dari keseluruhan total aset untuk menghasilkan penjualan atau memberikan keuntungan bagi perusahaan.

c. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

CSR adalah dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan (Ambarita et al., 2017). Pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan yakni, dengan cara melihat apakah perusahaan mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial mereka dalam laporan tahunan perusahaan yang mengacu pada indikator pengungkapan yang dibuat oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yaitu panduan GRI G4 yang terdiri dari 91 item pengungkapan.

$$\text{TCSRI}_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

TCSRI_i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

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

Y : Item yang diharapkan diungkapkan

n_i : Jumlah item untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$

d. Agresivitas Pajak

Pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR) digunakan sebagai pengukur variabel dependen untuk agresivitas pajak. Pengukuran ETR menurut (Hanlon & Heitzman, 2011) diukur dengan membagi beban pajak dengan laba sebelum pajak. Pengukuran ini menjelaskan presentase dari pajak per pendapatan.

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba sebelum Pajak}}$$

e. Analisis Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) yang dimaksud dengan statistik deskriptif adalah “statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, *minimum*, *sum*, *range*, kurtois, dan *skewness* (kemencengan distribusi)”.

f. Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menurut (Ghozali, 2018) sebagai berikut:

- “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik *histogram* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas”.

Uji Kolmogorof-Smirnov dengan hipotesis pengujian yaitu: (Ghozali, 2018)

H₀ : data terdistribusi normal

H_A: data tidak terdistribusi normal

Apabila data nilainya jauh dibawah $\alpha=0.05$ maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

g. Uji Multikolonieritas

Dasar dalam pengambilan keputusan untuk uji multikolonieritas adalah sebagai berikut menurut (Ghozali, 2018):

“Multikolonieritas dilihat dari *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel dependen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Misalnya nilai *tolerance*=0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95.”

h. Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini digunakan Uji Durbin-Watson (DW test). Hipotesis yang akan diuji adalah: (Ghozali, 2018)

H₀: tidak ada autokorelasi ($r=0$)

H_A: ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi: (Ghozali, 2018)

TABEL 3
PENGAMBILAN KEPUTUSAN AUTOKORELASI

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$2 - dl < d < 2$
Tidak ada korelasi negative	<i>No decision</i>	$2 - du \leq d \leq 2 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

i. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan grafik plot untuk menilai heteroskedastisitas.

Dasar analisis yang digunakan : (Ghozali, 2018)

- “Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas”.

j. Desain penelitian

Berikut ini adalah desain penelitian sebagai model dari penelitian Pengaruh Pertumbuhan penjualan, Intensitas modal, dan Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak

$$ETR = \alpha_0 + \beta_1 SG + \beta_2 CI + \beta_3 CSR + \epsilon \dots$$

Dengan

ETR = Variabel dependen = agresivitas pajak

SG = Variabel Independen = Pertumbuhan penjualan

CI = Variabel Independen = Intensitas modal

CSR = Variabel Independen = Tanggung jawab sosial perusahaan

k. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam bukunya (Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa “koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen”.

l. Uji Statistik F

Dalam (Ghozali, 2018) “Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Quick look: bila nilai F lebih besar dari pada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F hasil menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_A ”.

m. Uji Statistik t

Dasar pengambilan keputusan untuk uji t menurut (Ghozali, 2018)

- “Quick look: bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5 %, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i=0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen”.

4. Pembahasan

a. Kriteria sampel

Digunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Menurut (Bungin, 2017)“teknik *sampling* ini digunakan pada penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Berdasarkan pengetahuan yang jeli terhadap populasi, maka unit populasi dianggap kunci, diambil sebagai sampel penelitian”.

Berikut ini adalah kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini:

Tabel 4
Kriteria Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Jumlah perusahaan manufaktur tercatat di BEI	182
2	Tidak tercatat selama 5 tahun berturut-turut yaitu tahun 2014-2018 di Bursa Efek Indonesia (BEI).	(58)
3	Periode Laporan Keuangan yang tidak berakhir pada 31 Desember.	(0)
4	Laporan keuangan disajikan menggunakan USD	(24)
5	Mengalami kerugian selama periode penelitian dan memperoleh manfaat pajak	(40)
6	Laporan keuangan disajikan dalam USD + Laporan Keuangan berakhir pada 31 Maret	(1)
Jumlah Sampel		59

b. Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SG	295	-,531	,540	,08038	,137357
CSR	295	,000	1,000	,18812	,216432
CI	295	,034	,804	,35076	,152876
ETR	295	,012	,971	,27675	,129034
Valid N (listwise)	295				

Pada hasil output SPSS 25 tersebut memperlihatkan bahwa dari keseluruhan sampel (n) sebanyak 295, dari 295 sampel ini pertumbuhan penjualan (SG) memiliki nilai terkecil (*minimum*) adalah -0,531 yang diperoleh oleh Delta Djakarta Tbk (DLTA) dan pertumbuhan penjualan terbesar (maksimum) 0,540 yang diperoleh oleh Wijaya Karya Beton Tbk (WTON), rata-rata dari SG dari 295 sampel adalah 0,8038 dan standar deviasi 0,137357.

Nilai *minimum* yang dimiliki oleh tanggung jawab social perusahaan (CSR) adalah 0 (nol), yang diperoleh oleh beberapa perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya dan nilai maksimum 1,000 diperoleh oleh perusahaan yang hanya mengungkapkan 1 aspek CSRnya yaitu Tempo Scan Pasific Tbk (TSPC) dan Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk (ISSP), dengan rata rata nilai dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah 0,18812 dan standar deviasi 0,216432.

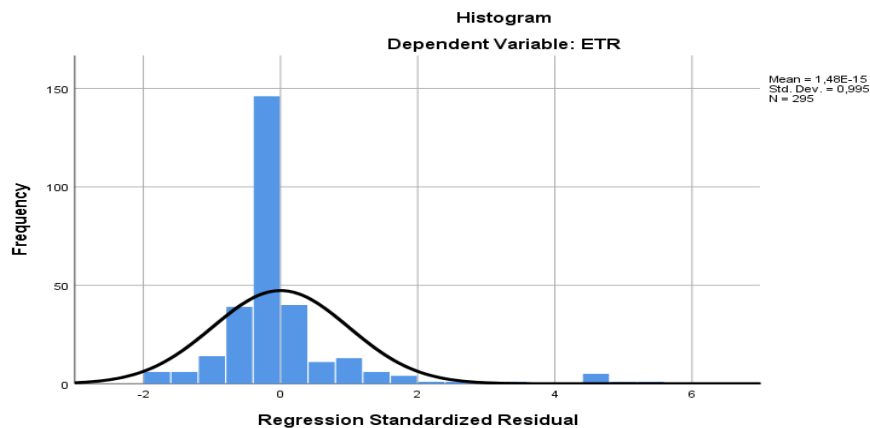
Sedangkan untuk Intensitas modal (CI) yang menggunakan pengukuran rasio intensitas aset tetap mendapatkan nilai *minimum* 0,034 yang diperoleh oleh perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS) dan nilai maksimum 0.804 yang diperoleh oleh perusahaan Delta Djakarta Tbk (DLTA) dengan rata rata yang dimiliki CI adalah 0,35076 dan standar deviasi 0,152876.

Untuk agresivitas pajak (ETR) hasil *output* SPSS 25 menunjukkan nilai minimum dari ETR adalah 0,12 yang diperoleh dari perusahaan Kabelido Murni Tbk (KBLM) dan nilai maksimum dari ETR adalah 0,971 yang diperoleh oleh perusahaan Star Petrochem Tbk

(STAR), dengan nilai rata-rata sebesar 0,27675 dan standar deviasi dari ETR sebesar 0,129034.

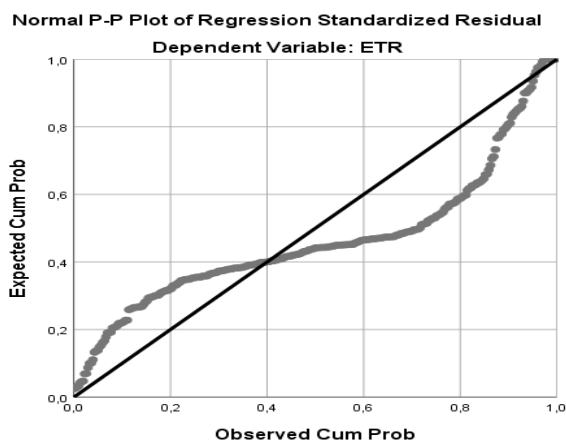
c. Hasil Uji Normalitas

Gambar 2
Grafik Histogram



Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan analisis grafik menggunakan grafik *histogram* tersebut menunjukkan bahwa grafik *histogram* memberikan pola distribusi yang menceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal.

Gambar 3
Grafik Normal Plot



Hasil analisis uji normalitas dengan Analisa grafik yang menggunakan grafik normal plot terlihat bahwa titik-titik menyebar dan menjauhi dari garis diagonal, yang berarti bahwa data *residual* tidak terdistribusi normal.

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

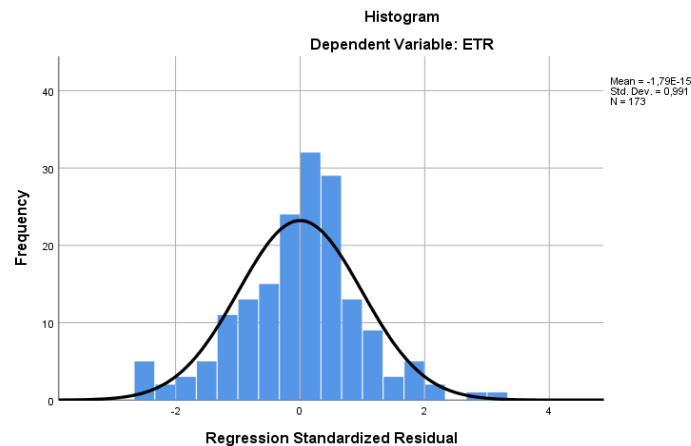
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		295	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,12790656	
Most Extreme Differences	Absolute	,219	
	Positive	,219	
	Negative	-,145	
Test Statistic		,219	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,000 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,000
		Upper Bound	,000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

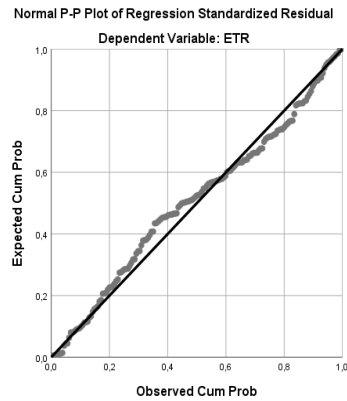
Output SPSS 25 terhadap uji normalitas 295 sampel menggunakan *Test Statistic Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,219 dan signifikan pada 0,000 baik pada *Asymp.Sig* maupun nilai pada *Monte Carlo*, hal tersebut berarti bahwa data *residual* tidak terdistribusi normal karena nilai α dibawah 0.05. Agar data terdistribusi secara normal maka dilakukan outlier terhadap data, sehingga tersisa 173 data.

Gambar 4
Grafik Histogram Setelah Outlier



Setelah dilakukan *outlier* data, hasil *output* SPSS 25 analisis grafik *histogram* menunjukkan bahwa grafik *histogram* berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri.

Gambar 5
Grafik Normal Plot Setelah Outlier



Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh grafik normal plot untuk menguji normalitas data. Data yang sudah dilakukan *outlier* menunjukkan data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dinyatakan bahwa data *residual* terdistribusi normal.

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas setelah Outlier
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		173	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,02574812	
Most Extreme Differences	Absolute	,081	
	Positive	,063	
	Negative	-,081	
Test Statistic		,081	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,007 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,191 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,181
		Upper Bound	,201

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1585587178.

Hasil uji normalitas dengan n=173 sampel menggunakan *Test Statistic Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,081 dan signifikan berdasarkan nilai *Monte Carlo* sebesar 0,191 hal ini berarti H0 dapat diterima yang berarti residual terdistribusi secara normal, karena tingkat signifikan telah melebihi 0,05.

d. Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 8
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SG	1,000	1,000
	CSR	,999	1,001
	CI	,999	1,001

Nilai *tolerance* tidak ada yang menunjukkan kurang dari 0,10 dan nilai VIF tidak ada yang lebih besar dari 10 untuk setiap variabel independen, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel.

e. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 9
Hasil Uji autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,216 ^a	,047	,030	,025976	1,967

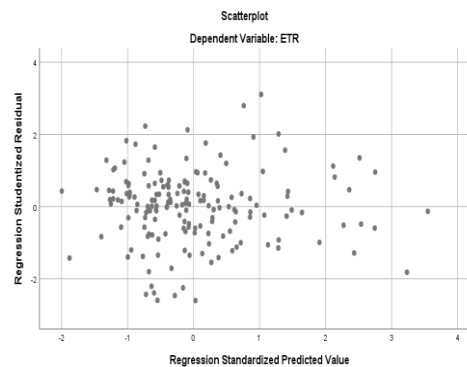
a. Predictors: (Constant), CI, SG, CSR

b. Dependent Variable: ETR

Didapatkan hasil uji autokorelasi dengan uji Durbin-Watson sebesar 1,967 yang memiliki nilai lebih kecil dari batas atas (du) sebesar 1,78664 dan nilai (4-du) lebih besar dari nilai DW maka, disimpulkan tidak ada autokorelasi.

f. Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar 6
Grafik Scatterplots



Titik titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola, dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

g. Hasil Uji R²

Tabel 10
Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,216 ^a	,047	,030	,025976

Diperoleh nilai adjusted R Square sebesar 3% sisanya 97% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

h. Hasil Uji F

Tabel 11
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,006	3	,002	2,749	,044 ^b
	Residual	,114	169	,001		
	Total	,120	172			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), CI, SG, CSR

Didapatkan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,657762 dan nilai signifikansi dibawah 0,05 maka diperoleh kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan, intensitas modal, dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak.

i. Hasil Uji t

Gambar 12
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,239	,006		38,519	,000
	SG	,011	,021	,040	,533	,595
	CSR	,058	,022	,202	2,692	,008
	CI	,013	,014	,072	,952	,342

Berdasarkan hasil output SPSS 25 untuk uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi pertumbuhan penjualan (SG) dan intensitas modal (CI) lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel sebesar 1,974100. Maka disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dan intensitas modal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai t hitung diatas t tabel, disimpulkan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap agresivitas pajak

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda didapatkan kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan dan intensitas modal yang diukur menggunakan intensitas aset tetap tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang diukur menggunakan Effective Tax Rate (ETR). Sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap agresitas pajak yang diukur menggunakan Effective Tax Rate (ETR). Serta, pertumbuhan penjualan, intensitas modal, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini berpengaruh secara simulatan terhadap agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarita, S., Pakpahan, J., & Sidharta, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011 – 2015. *Fundamental Management Journal*, 2(2), 65–72.

- Amri, Q. (2018). *RSPO Indonesia Dituding Hindari Pembayaran Pajak Rp 8 miliar/tahun*. sawitindonesia.com/rspo-indonesia-dituding-hindari-pembayaran-pajak-rp-8-miliar-tahun/
- Ariyanti, F. (2016). *Perusahaan Raksasa Teknologi Tak Bayar Pajak Ini Sanksinya*. liputan6.com/bisnis/read/2477120/perusahaan-raksasa-teknologi-tak-bayar-pajak-ini-sanksinya
- Batmomolin, S. (2018). Analisis leverage, firm size, intensitas tetap, dan intensitas persediaan terhadap tarif pajak efektif (Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017). *JURNAL ILMIAH Buletin Ekonomi Vol. 22 No. 2 2018 ISSN - 14103842 FEB-UKI JAKARTA ANALISIS*, 22(2), 36–42.
- Budiman, & R. (2018). *Rahasia Analisis Fundamental Saham*. Elex Media Komputindo.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Fajar Interpratama Mandiri.
- Friana, H. (2019). *DJP Dalami dugaan penghindaran pajak PT Adaro Energy*. irto.id/djp-dalami-dugaan-penghindaran-pajak-pt-adaro-energy-edKk
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2014). *Membuat Program CSR berbasis pemberdayaan partisipatif*. CV Garuda Mas Sejahtera.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2011). A Review of Tax Research. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1476561>
- Hasendra, Y. (2019). *Tak Bayar Pajak Perusahaan, Direktur CV PLL Disidangkan*. kumparan.com/jambikita/tak-bayar-pajak-perusahaan-direktur-cv-pll-disidangkan-1sCvISjLacg
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Keuangan, K. (n.d.). *APBN 2018*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Retrieved March 31, 2020, from kemenkeu.go.id/apbn2018
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Prima, B. (2019). *Tax Justice laporkan Bentoel lakukan penghindaran; Indonesia rugi US\$ 14 juta*. <https://nasional.kontan.co.id/news/tax-justice-laporkan-bentoel-lakukan-penghindaran-pajak-indonesia-rugi-rp-14-juta>
- Richardson, G. A., & Lanis, R. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1904002>
- Saputra, A. (2019). *Tak Bayar Pajak Rp 735 Juta. Direktur Perusahaan Ini Divonis 2 Tahun Penjara*. <https://www.riauonline.co.id/riau/kota-pekanbaru/read/2019/03/13/tak-bayar-pajak-rp-735-juta.-direktur-perusahaan-ini-divonis-2-tahun-penjara>
- Statistik, B. P. (2017). *2007-2017; Anggaran Pendapatan Negara (miliar rupiah)*. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/12/1179/anggaran-pendapatan-negara-miliar-rupiah-2007-2017.html>

- Statistik, B. P. (2020). *2007-2020; Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah)*.
<https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/24/1286/realisasi-pendapatan-negara-milyar-rupiah-2007-2020.html>
- Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran; Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Untung, B. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. CV Andi Offset.