

PENGARUH CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Anan Fiq Ria^{#1}, Ayu Noviani Hanum^{*2}, Ida Kristiana^{#3}

Universitas Muhammadiyah Semarang

¹anafiqria05@gmail.com

²ayu.noviani@unimus.ac.id

³ida.kristiana@unimus.ac.id

***Abstract** The purpose of this study is to examine the effect of corporate social responsibility, company size and earnings management on tax aggressiveness in coal & metal mineral sub-sector mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange on the period 2016-2021. The sampling technique was purposive sampling and 10 samples were obtained which were accessed through the official idx.co.id account in the form of annual financial reports. The method of analysis is using multiple linear analysis. As for the data processing using the IBM SPSS Statistics 16 program. The results of this study indicate that (1). Corporate social responsibility has a negative on tax aggressiveness (2). Firm size has a negative on tax aggressiveness (3). Earnings management has no effect significant on tax aggressiveness. The determinant coefficient value of R Square is 0,248 (24,8%). This means that the variables corporate social responsibility, company size and earnings management are able to explain the tax aggressiveness of 24,8% and the remaining 75,2% is influenced by other factors or variables.*

Keywords — Tax aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Company Size and Earnings Management

I. PENDAHULUAN

Perusahaan yang merupakan bagian dari WP yang memberikan partisipasi perolehan pajak terbanyak untuk pendapatan pajak pada negara. Akan tetapi, dalam pelaksanaan akhir tujuan dari negara, tidak menemukan respon yang positif dari perusahaan. Beberapa perusahaan melakukan agresivitas terhadap pajak yang bertujuan dalam pengurangan terhadap pajak yang wajib dibayarkan oleh perusahaan. Iuran pajak dibayarkan berdasarkan ketentuan yang sudah berlaku berlawanan dengan tujuan pokok perusahaan, yakni mengoptimalkan profit ataupun keuntungan, maka perusahaan berupaya guna meminimalkan pengeluaran biaya pajak yang dibebankan. Cara-cara yang diterapkan oleh suatu perusahaan adalah dengan tax planning maupun dengan agresivitas pajak Utomo & Fitria (2021).

Fenomena yang dilakukan PT. Adaro Energi Tbk. terkait penghindaran pembayaran pajak. Salah satu perusahaan batu bara terbesar di Indonesia. Pada tahun 2017 sampai kabar muncul pada tahun 2019 oleh Global Witness. PT. Adaro Energi Tbk. melakukan suatu penghindaran terkait pembayaran pajak dengan memberlakukan transfer pricing lewat cabang perusahaannya yang beralamat di Singapore, ialah Coaltrade Services International. Dari informasi 2009- 2017 melalui anak perusahaan membayar pajak sebesar 125 juta USD ataupun Rp. 1, 75 triliun (kurs Rp. 14. 000) ataupun lebih kecil dari semestinya yang harus dibebankan di Indonesia.

Menurut Frank, et.al (2009) mendefinisikan agresivitas pajak adalah aktivitas yang bermaksud untuk meminimalisir laba kena pajak perusahaan melalui strategi perencanaan pajak, baik dengan cara tax avoidance (legal) maupun tax evasion (ilegal). Lanis & Richardson (2012) pajak ialah suatu bentuk pertanggungjawaban sosial dari perusahaan pada stakeholdernya melalui pemerintah.

Ukuran perusahaan yaitu rasio dimana mengklasifikasikan seberapa besar atau kecilnya sesuatu industri dengan berbagai cara semacam: ukuran pendapatan, jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham, dan total moda Mustika (2017).

Manajemen Laba ialah tindakan yang dilakukan oleh manajer guna memantau laba sehingga dapat memaksimalkan kepentingan individu ataupun perusahaan dengan memanfaatkan semua kebijakan yang ada di dalam akuntansi Kariimah (2019).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Jensen & Meckling pada tahun 1976. Jensen menyatakan bahwa hubungan *agency* terjadi saat satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. Hal ini terjadi karena kedua belah pihak memiliki kepentingan yang berbeda. Konflik ini disebut *agency problem* (Jensen & Meckling, 1976). *Agency problem* terjadi diantara pemungut pajak (fiskus) dengan pembayar pajak (manajemen perusahaan). Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sementara dari pihak manajemen berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah (Qurrota, 2013)

Agresivitas Pajak

Menurut Hlaing (2012) agresivitas pajak ialah kegiatan konsep pajak dalam perusahaan dengan tujuan mengurangi amanah pajak dalam rentang waktu itu menimbulkan turunnya bobot pajak efisien. Untuk mengukur agresivitas pajak, periset memakai tata cara *Effective Tax Rates* (ETR).

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

Corporate Social Responsibility

Menurut Permadi (2017) *Corporate social responsibility* merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial industri yang dengan cara benar dan ditunjukkan meningkatkan ekonomi, serta sanggup meningkatkan mutu hidup pada pihak karyawan di dalam industri, serta kenaikan mutu hidup masyarakat dengan cara lebih besar. Adapun cara pengukuran CSRI yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$CSRI_i = \frac{\sum x_i}{n_i}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan kedalam kategori besar atau kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan dan jumlah penjualan (Cahyono, dkk (2016). Pengukuran ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

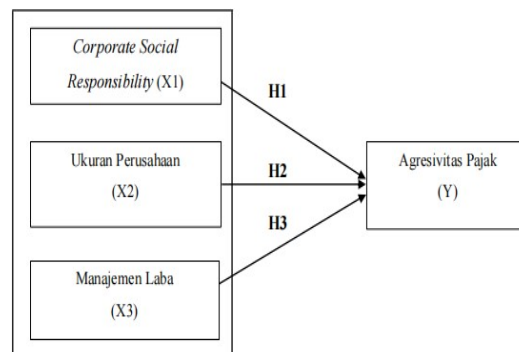
$$\text{size} = \text{Ln} (\text{total aset})$$

Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan aktivitas manajer dalam melaporkan keuntungan yang bisa mengoptimalkan kebutuhan individu atau perusahaan dengan menggunakan kebijaksanaan akuntansi (Kariimah, dkk 2019). Pengukuran manajemen laba dapat dihitung menggunakan rumus distribusi laba sebagai berikut:

$$\Delta E = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{MVE_{t-1}}$$

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Hipotesis

1. Hipotesis 1 (H1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
2. Hipotesis 2 (H2) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
3. Hipotesis 3 (H3) Manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

III.METHOD

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini sifatnya adalah kuantitatif karena data yang berbentuk angka. Berdasarkan cara memperolehnya termasuk data sekunder yaitu data yang telah ada dan tidak perlu dikumpulkan oleh peneliti serta diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2013) data sekunder adalah data yang berasal dari literature, artikel, dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian berupa data untuk menghitung seluruh variabel yang digunakan yaitu corporate social responsibility, ukuran perusahaan dan manajemen laba perusahaan Batubara dan Logam mineral yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021. Berdasarkan sumbernya, berasal dari eksternal yaitu data yang diperoleh dari luar organisasi berupa laporan tahunan yang dipublikasikan oleh BEI www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan atau keseluruhan data yang mempunyai kriteria yang sama dan menjadi objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan batubara dan logam mineral yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian tahun 2016-2021.

Metode Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive sampling*. Data sampel diambil dari perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di BEI dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan pertambangan batubara & logam mineral yang terdaftar di BEI selama tahun 2016-2021.
2. Perusahaan pertambangan batubara & logam mineral yang tidak melaporkan keuangan tahunan ke BEI selama periode 2016 – 2021
3. Perusahaan yang memperoleh laba positif.
4. Perusahaan yang mengungkapkan CSR

Metode Analisa Data

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses transformasi data ke dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan data dalam bentuk tabel atau grafik. Statistik deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran umum sampel data. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum. Gozali (2016).

Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji-T dinyatakan *valid* jika residual berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas yang digunakan adalah metode statistik dan metode grafik. Metode Statistik

Uji normalitas secara parsial dilakukan untuk menentukan Teknik penghitungan uji beda yang digunakan (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan uji *one sample kolmogorof-mirnov test* adalah :

- a. Jika nilai Asymp.Sig. (2Tailed) lebih dari 0,05 (5%) artinya data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Asymp.Sig. (2Tailed) kurang dari 0,05 (5%) artinya data berdistribusi tidak normal.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variable-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sekarang dengan periode sebelumnya di dalam model regresi linear. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan Uji Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson yang lebih besar dari atas bawah (du) dan kurang dari 4-du (batas bawah), maka menunjukkan tidak ada autokorelasi. Besarnya du dan dl diperoleh dari hasil output SPSS dengan menggunakan *linear regression*.

Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda, yaitu analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda digunakan karena dalam penelitian ini variabel terikat dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel bebas yang dimana *Corporate social responsibility*, Ukuran perusahaan dan Manajemen laba sebagai variabel bebas dan Agresivitas pajak sebagai variabel terikat. Persamaan regresi yang akan diuji yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Agresivitas pajak

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi CSR

β_2 = Koefisien Regresi Ukuran perusahaan

β_3 = Koefisien Regresi Manajemen laba

X_1 = CSR

X_2 = Ukuran perusahaan

X_3 = Manajemen laba

e = Error

Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji variabel-variabel independen secara individu berpengaruh dominan dengan taraf signifikansi 5% maximum 10%.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya melihat cara mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2016). Apabila R² sama dengan satu, maka variable

independen berpengaruh secara sempurna terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, apabila R^2 sama dengan nol, maka variable independen akan berpengaruh terhadap variable dependen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

All paragraphs must be indented. All paragraphs must be justified, i.e. both left-justified and right-justified.

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan batubara dan logam mineral yang terdaftar pada BEI periode penelitian tahun 2016-2021. Dari kriteria ditentukan diperoleh data sampel sebanyak 11 sampel perusahaan perbankan konvensional dari total populasi 37 bank. Tahun pengamatan sebanyak 6 tahun maka sampel sebanyak 66.

Tabel 1
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.529	.057		9.351	.000
CSR	-.263	.081	-.381	-3.238	.002
Ukuran Perusahaan	-.020	.005	-.497	-4.086	.000
Manajemen Laba	.249	.310	.092	.804	.425

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber : Output spss (data diolah) 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,529 - 0,263X_1 - 0,020X_2 + 0,249X_3$$

Persamaan tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 0,529 menyatakan bahwa jika *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan dan manajemen laba konstan, maka agresivitas pajak adalah sebesar 0,529.
- Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* sebesar -0,263, menyatakan apabila *Corporate Social Responsibility* meningkat sebesar 0,01, maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar 26.3%.
- Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0,020, menyatakan apabila ukuran perusahaan meningkat sebesar 0,01, maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar 2%.

Tabel 2
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.529	.057		9.351	.000
CSR	-.263	.081	-.381	-3.238	.002
Ukuran Perusahaan	-.020	.005	-.497	-4.086	.000
Manajemen Laba	.249	.310	.092	.804	.425

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber : Output spss (data diolah) 2022

Tabel 3
Uji Determinasi R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.498 ^a	.248	.212	.0589343	1.962

a. Predictors: (Constant), Manajemen Laba, CSR, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber : Output spss (data diolah) 2022

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,263 dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sehingga H_1 diterima. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan aktifitas perusahaan yang bersifat *mandatory* yang telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas. Dengan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* maka akan meningkatkan reputasi perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya peduli terhadap kondisi *financial* saja, tetapi juga kondisi *non-financial* sehingga menarik minat investor.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan memang dijadikan sebagai bentuk peduli perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, bukan untuk memanfaatkan biaya *Corporate Social Responsibility* untuk mengurangi penghasilan kena pajaknya. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan tersebut tidak agresif terhadap pajak. Karena perusahaan tersebut peduli dengan lingkungan dan masyarakat sehingga perusahaan tersebut cenderung tidak melakukan agresivitas pajak. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuriah, dkk (2016) dan Wijaya, D. (2019) *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,020 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sehingga H_2 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin rendah agresivitas pajak karena perusahaan yang besar cenderung memperoleh laba yang besar sehingga akan menarik perhatian pemerintah dalam pemenuhan kewajiban perpajakan.

Selain itu, teori agensi yang menyatakan bahwa antara *agent* dan *principal* memiliki kepentingan yang berbeda, dimana *agent* berusaha untuk berlaku agresif dalam pajak, namun pihak *principal* menuntut perusahaan berlaku patuh pada peraturan terutama mematuhi ketentuan perpajakan. Hal ini dilakukan karena semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin menjadi sorotan publik, pemerintah, maupun *stakeholder* lain. Sehingga perusahaan besar akan menjaga reputasi agar tetap baik di mata publik dengan tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo, dkk (2020) dan Achmad, dkk (2021) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

SIMPULAN

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.249 dan nilai signifikansi sebesar $0,425 > 0,05$ yang berarti bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba yang dilakukan perusahaan dapat meminimalkan beban pajak yang seharusnya dibayarkan, namun tidak berdampak besar bagi tujuan meminimalisasi beban pajak. Pengaruh tidak signifikan manajemen laba terhadap agresivitas pajak dapat diilustrasikan dalam aktivitas manajemen laba dengan objek aktiva tetap Risma (2016).

Selain itu, sesuai dengan model distribusi laba perusahaan yang memiliki laba dibawah batas pelaporan akan berusaha menaikkan labanya. Hal ini dikarenakan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan lebih memfokuskan untuk meningkatkan laba guna menarik perhatian investor. Berkaitan dengan hal itu maka, manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi tindakan agresivitas pajak Ayu (2019). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Yolanda (2014) yang menemukan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan *Corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan memang dijadikan sebagai bentuk peduli perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Sehingga, perusahaan tersebut cenderung untuk tidak melakukan agresivitas pajak.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin menjadi sorotan publik, pemerintah maupun *stakeholder* lain. Sehingga perusahaan besar akan menjaga reputasi agar tetap baik di mata publik dengan tidak melakukan tindakan agresivitas pajak.
3. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena perbedaan masa manfaat dan nilai penyusutan yang menyebabkan perbedaan nilai buku aset dalam laporan keuangan dengan dasar pengenaan pajaknya.

Saran

Saran yang bisa diambil dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel lain seperti *profitabilitas*, *leverage*, *transfer pricing* dll.
2. Menggunakan periode pengamatan yang lebih lama sehingga diharapkan hasil penelitian akan menjadi semakin baik.
3. Sebaiknya mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitian ini.
4. Menggunakan sampel pada sektor lainnya yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmad Badjuri, Jaeni, A. K. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi. *Jbe*, 28(1), 1–19. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>.
- [2] Allo, M. R., Alexander, S. W., Suwetja, I. G., Alexander, S. W., & Suwetja, I. G. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 647–657.
- [3] Crocker, K. J., & Slemrod, J. (2004). Corporate Tax Evasion with Agency Costs. National Bureau of Economic Research. No.10690
- [4] Findria, P. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4).
- [5] Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. 2009. Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation To Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*. Vol. 84, 467-496.
- [6] Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi Delapan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [7] Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- [8] Jensen and Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3, No. 4 :305-360.
- [9] Junensie, P. R., Trisnadewi, A. A. A. E., & 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), 67–77. <https://doi.org/10.22225/we.19.1.1600.67-77>



- [10] Kuriah, H. L., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(3), 1–19
- [11] Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108.
- [12] Makhfudloh., F., Herawati, N., Wulandari, A. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap perencanaan pajak. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 18 (1), 48-60.
- [13] Laporan Keuangan kementerian 2016-2021.
- [14] Laporan keuangan tahunan BEI 2016-2021.
- [15] Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak. *JOM Fekon*, 4(1), 1960–1970.
- [16] Rahmawati, dkk. 2006. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Praktik Manajemen Laba. *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- [17] Risma, C. (2016). Pengaruh Manajemen Laba dan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak. Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah
- [18] Schipper, K. 1989. Earnings Management. *Accounting Horizons* 3, 91-106.
- [19] Sugiyono, 2011 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- [20] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- [21] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [22] Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [23] Yolanda, P. L. T. (2014). Pengaruh likuiditas, manajemen laba dan corporate governance terhadap agresivitas pajak perusahaan. Pengaruh Likuiditas, Manajemen Laba Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan, 1–25.