Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Telkom University
JAF (JOURNAL OF ACCOUNTING AND FINANCE)
journal homepage: https://journals.telkomuniversity.ac.id/jaf/index
ONLINE ISSN 2581-1088

JAF (Journal of Accounting and Finance), Vol.9, No.2, pp. 81-95, 2025

Agresivitas Pajak pada Emiten Sub Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia

Muhammad Ihsan Nur Fitri[1*], Nina Dwi Setyaningsih[2]
[1]Affiliation: Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia
[2]Affiliation: Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia

*Corresponding author: ihsanurfi.10@gmail.com

[1]Orcid ID: https://orcid.org/0009-0001-8707-1842
[2]Orcid ID: https://orcid.org/0009-0002-8656-2823

Received: (24 June 2025)**; Revised:** (13 July 2025)**; Published online:** (25 September 2025)

To cite this article: Fitri, Muhammad Ihsan Nur[1], and Setyaningsih, Nina Dwi[2]. (2025). Agresivitas Pajak pada Emiten Sub Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia. *JAF (Journal of Accounting and Finance)*, *vol.9*(*2*), pp.81-95. https://doi.org/10.25124/jaf.v9i2.9417

To link to this article: https://doi.org/10.25124/jaf.v9i2.9417

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of corporate social responsibility, inventory intensity, leverage, and profitability on tax aggressiveness. This study uses a quantitative approach. The population in this study was food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2024. The results show that, partially, corporate social responsibility and profitability variables have a significant positive effect on tax aggressiveness, while leverage has a significant negative effect on tax aggressiveness, and inventory intensity has no significant effect on tax aggressiveness. Simultaneously, all four variables influence tax aggressiveness. This indicates that companies with high social awareness and high profitability tend to engage in tax aggressiveness as a management strategy in tax planning to reduce their taxes.

Keyword: *Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage, Profitability*

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility*, *inventory intensity, leverage,* dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2020-2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak dan *inventory intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap

© JAF (Journal of Accounting and Finance), and Penerbit PPM Universitas Telkom Indonesia, 2023. This work is licensed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

agresivitas pajak. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kepedulian sosial tinggi serta profitabilitas yang besar cenderung melakukan agresivitas pajak sebagai strategi manajemen dalam tax planning untuk mengurangi pajaknya.

Kata Kunci*:* Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, Leverage,* Profitabilitas.

PENDAHULUAN

Sektor industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam hal penerimaan pajak. Hal ini disebabkan oleh tingginya potensi laba yang dihasilkan, mengingat produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang memiliki permintaan relatif stabil. Semakin tinggi sebuah perusahaan menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula beban pajak yang akan dibebankan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika sebuah bisnis menghasilkan laba yang berkualitas rendah, maka beban pajak yang akan dibebankan juga akan semakin rendah. Akibatnya, perusahaan akan sesekali melakukan tindakan agresivitas pajak (Setyadi & Ayem, 2019). Berdasarkan informasi yang dikutip dari Kementrian Keuangan, perlu dicatat bahwa sumber utama kekayaan Indonesia adalah kontribusi dari pajak. Penerimaan tersebut digunakan untuk mendukung dan melaksanakan kegiatan pembangunan nasional sehingga dapat berjalan dengan sukses dan efektif meningkatkan kualitas hidup seluruh rakyat Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya untuk meningkatkan jumlah uang yang diterima dari berbagai sektor.

Di sisi lain, bagi entitas bisnis, pajak dipandang sebagai komponen beban yang dapat menurunkan laba bersih perusahaan (Lily & Suhardjo, 2022). Kondisi ini mendorong perusahaan untuk melakukan upaya penghindaran pajak guna meminimalkan kewajiban fiskal, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku agresivitas pajak (Mayndarto, 2022). Menurut laporan yang dipublikasikan oleh *Tax Justice Network*, Indonesia menanggung potensi kehilangan penerimaan pajak yang signifikan akibat praktik penghematan pajak oleh korporasi multinasional. Laporan tersebut memperkirakan kerugian tahunan Indonesia mencapai Rp 40,9 triliun akibat penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tren penghindaran pajak masih tinggi.

Perilaku oportunistik yang dilakukan oleh wajib pajak dalam upaya meminimalkan beban pajak dapat dianalisis melalui pendekatan teori keagenan. Teori keagenan mengemukakan bahwa terdapat konflik kepentingan antara prinsipal dan agen akibat perbedaan tujuan dan kepentingan ekonomi masing-masing pihak (Meckling & Jensen, 1976). Selain itu, terdapat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan agresivitas pajak. Selain disebabkan karena adanya CSR, agresivitas pajak juga dipengaruhi oleh *inventory intensity*, *leverage* dan juga profitabilitas. Variabel-variabel yang tercantum dalam penelitian merupakan gabungan dari beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang menggunakan keempat variabel tersebut menunjukan hasil yang berbeda. Terdapat temuan penelitian yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak, namun di sisi lain, sejumlah studi juga melaporkan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil temuan tersebut menjadikan penelitian ini relevan untuk dilakukan kembali guna mengevaluasi secara lebih mendalam variabel-variabel yang memengaruhi agresivitas pajak.

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency theory menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal, sebagai pemilik perusahaan, dan agen, yaitu manajemen yang diberi mandat untuk mengambil keputusan serta menjalankan operasional perusahaan demi kepentingan prinsipal. Hubungan ini muncul sebagai konsekuensi dari adanya pendelegasian wewenang (Maulana *et al.,* 2022). Dalam konteks agresivitas pajak, teori ini digunakan untuk menginterpretasikan adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen), yang dapat memengaruhi kebijakan perpajakan perusahaan.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak mengacu pada upaya strategis dalam mereduksi kewajiban pajak melalui perencanaan pajak yang dapat dilakukan secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*), dengan cara memanipulasi atau merekayasa besarnya penghasilan kena pajak (Rohmansyah *et al.,* 2021). Agresivitas pajak disebut pajak manipulasi penghasilan kena pajak dengan merencanakan pajak, misalnya perencanaan atau memperbaiki kewajiban pajak untuk dilaporkan (Leksono *et al.,* 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan konsep yang menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada pencapaian kinerja ekonomi (*single bottom line*), tetapi juga mencakup dimensi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*), sehingga perusahaan dituntut untuk berkontribusi secara berkelanjutan terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan (Nurlela, 2019). Dalam suatu perusahaan *corporate social responsibility* berlaku untuk para pemangku kepentingan, termasuk pegawai, pelanggan, pemasok, investor, pemerintah, dan juga pesaing (Budiharjo *et al.,* 2022).

Inventory intensity

Inventory intensity merujuk pada proporsi persediaan yang dimiliki perusahaan sebagai bagian dari aset yang digunakan dalam mendukung aktivitas operasional guna menghasilkan laba. Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat investasi perusahaan dalam persediaan. Semakin tinggi tingkat persediaan yang dimiliki, maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan untuk pengelolaan dan pengendalian persediaan tersebut (Anindyka *et al.,* 2018).

Leverage

Menurut Andhari & Sukartha (2017) *leverage* diukur melalui rasio antara total utang jangka panjang terhadap total ekuitas, yang bertujuan untuk merepresentasikan struktur modal perusahaan serta mencerminkan kebijakan atau keputusan dalam pendanaan perusahaan. *Leverage* dapat dianggap sebagai indikator risiko yang melekat pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage,* semakin besar pula risiko investasi yang dihadapi. Sebaliknya, perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah cenderung memiliki tingkat risiko *leverage* yang lebih rendah (Handayani & Mildawati, 2018).

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba di masa depan dan berfungsi sebagai indikator utama keberhasilan kinerja operasional perusahaan (Dayanara *et al.,* 2020). Hendarwati & Syarifudin (2021) mendefinisikan profitabilitas sebagai

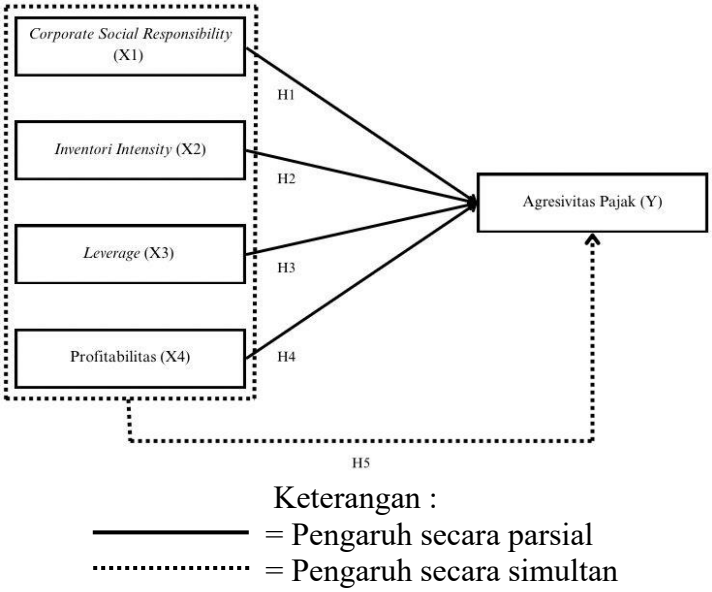
E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

indikator utama kinerja keuangan perusahaan dalam menciptakan keuntungan melalui pengelolaan dan pemanfaatan aset secara efektif, yang secara umum dikenal dengan istilah *Return On Assets* (ROA).

Pajak dalam Perspektif Islam

Secara etimologi, dalam bahasa arab pajak disebut dengan istilah *dharibah* yang asalnya dari kata ضرب artinya yang memiliki makna seperti mewajibkan, menetapkan, menentukan, memukul, menjelaskan atau membebankan, dan sebagainya (Muhammad Fikri & Husni Thamrin, 2021). Hal ini terlihat pada istilah dharibah yang digunakan untuk menggambarkan pemungutan *jizyah* dan *kharaj*, yang berarti pemungutan secara wajib. Beberapa ulama bahkan menyebut *kharaj* sebagai *dharibah* (Surahman & Ilahi, 2017). Dalam pembahasannya mengenai *jizyah* dan *kharaj*, Al-Qurtubi menegaskan bahwa pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan serta melaksanakan pembangunan, dengan pendanaan yang bersumber dari kontribusi masyarakat.

Dengan merujuk pada landasan teori serta temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun sebagaimana berikut:



Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan agresivitas pajak dapat dianalisis melalui perspektif teori agensi, yang mengemukakan adanya potensi konflik kepentingan antara principal dan agent akibat pendelegasian wewenang. Dalam konteks ini, agent yang bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan memiliki peran strategis dalam menentukan tingkat keterbukaan informasi fiskal. Upaya agent untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan sering kali diwujudkan melalui strategi penghindaran pajak, salah satunya dengan memanfaatkan pengungkapan CSR. CSR berfungsi sebagai mekanisme legitimasi yang dapat memberikan efek protektif terhadap reputasi perusahaan, sehingga mampu mereduksi persepsi negatif publik atas praktik agresivitas pajak dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Issah & Rodrigues, 2021). Pengeluaran yang dialokasikan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikategorikan sebagai biaya operasional yang mengurangi kewajiban pajak terutang. Semakin tinggi intensitas pengungkapan CSR,

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

semakin besar indikasi bahwa perusahaan melakukan praktik agresivitas pajak, karena beban CSR dimanfaatkan sebagai instrumen untuk menurunkan besaran penghasilan kena pajak. Penjelasan tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Suryarini (2021) dan Hanum & Faradila (2023) membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:
H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Dalam konteks *inventory intensity*, persediaan merupakan komponen aset yang memiliki tingkat transparansi relatif rendah dan rentan terhadap manipulasi. Kondisi ini memberikan peluang bagi *agent* untuk merancang kebijakan akuntansi yang sah secara yuridis namun berpotensi menurunkan laba kena pajak, seperti melalui peningkatan harga pokok penjualan (HPP) atau penundaan pengakuan pendapatan. Akibatnya, besaran pajak terutang dapat diminimalkan. Perusahaan dengan proporsi persediaan yang tinggi cenderung memberikan keleluasaan lebih besar bagi *agent* untuk bertindak oportunistik. Selain itu, tingginya *inventory intensity* mencerminkan tingkat kompleksitas operasional yang lebih besar, yang berimplikasi pada lemahnya mekanisme pengawasan oleh *principal*, terutama dalam kondisi asimetri informasi yang tinggi. Berdasarkan teori keagenan, ketidakseimbangan informasi antara *principal* dan *agent* dapat memicu perilaku *agent* yang tidak sepenuhnya selaras dengan kepentingan pemilik perusahaan, termasuk dalam bentuk agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Arizoni *et al.,* (2020) dan Yuliana & Wahyudi (2018) memiliki hasil penelitian bahwa *inventory intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:
H2: *Inventory intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan eksternal dalam bentuk utang guna mendanai asetnya. Berdasarkan ketentuan perpajakan dalam Pasal 6 ayat (1) huruf a angka 3 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh), beban bunga atas pinjaman dikategorikan sebagai biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) dari penghasilan kena pajak. Konsekuensinya, semakin tinggi jumlah utang, semakin besar pula beban bunga yang ditanggung perusahaan, yang pada akhirnya menurunkan laba kena pajak dan jumlah pajak terutang. Dengan demikian, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung menunjukkan perilaku yang kurang agresif dalam pengelolaan pajaknya. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah dapat menunjukkan kecenderungan yang lebih besar terhadap praktik agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Dharmayanti (2019) dan Kartika & Nurhayati (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:
H3: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Teori keagenan mendorong *agent* untuk mengupayakan peningkatan laba perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap *principal*. Namun, peningkatan laba tersebut secara simultan akan meningkatkan kewajiban pajak penghasilan, seiring dengan pertumbuhan pendapatan perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan cenderung mengadopsi strategi mitigasi pajak guna meminimalkan beban fiskal yang timbul dari peningkatan kinerja keuangan (Fionasari, 2020). Peningkatan profitabilitas perusahaan umumnya berbanding lurus dengan

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

peningkatan kewajiban pajak, sehingga mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi agresivitas pajak. Ketika laba perusahaan mengalami pertumbuhan signifikan, beban pajak yang ditanggung juga turut meningkat. Dalam upaya mempertahankan tingkat laba yang optimal sekaligus menekan kewajiban fiskal, perusahaan cenderung memanfaatkan praktik-praktik penghindaran pajak yang bersifat agresif sebagai bentuk efisiensi pajak yang strategis. Penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara profitabilitas dan agresivitas pajak, seperti yang diuraikan oleh Rahman (2021) dan Krisnugraha *et al.,* (2022) yang menegaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka:
H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR)*, Inventory Intensity, Leverage* dan Profitabilitas Secara Simultan Terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Social Responsibility (CSR), *inventory intensity, leverage,* dan profitabilitas merupakan faktor-faktor yang kerap dikaitkan dengan praktik agresivitas pajak dalam literatur akuntansi. CSR merefleksikan tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemangku kepentingan internal, tetapi juga terhadap lingkungan sosial dan masyarakat, dan dinilai memiliki pengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. *Inventory intensity*, sebagai proporsi persediaan terhadap total aset, mencerminkan efisiensi pengelolaan aset lancar. Tingginya nilai persediaan dapat meningkatkan biaya penyimpanan dan pemeliharaan, yang pada akhirnya menurunkan laba dan kewajiban pajak. *Leverage* menggambarkan ketergantungan perusahaan pada pembiayaan eksternal. Beban bunga yang timbul dari utang berfungsi sebagai pengurang laba kena pajak, sehingga dapat menurunkan beban pajak yang dibayarkan. Sementara itu, profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Meskipun laba yang tinggi meningkatkan beban pajak, perusahaan dapat terdorong untuk menerapkan strategi agresif guna mengurangi kewajiban tersebut, sebagaimana dijelaskan dalam perspektif teori agensi.
H5: *Corporate social responsibility* (CSR)*, inventory intensity, leverage* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian berupa perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 hingga 2024. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan dalam sub sektor tersebut selama rentang waktu tersebut. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui metode dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda yang mencakup analisis deskriptif kuantitatif serta analisis regresi data panel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji Koefisien Determinasi dan Uji Parsial pada model regresi data panel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	X4

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

Mean	0.218576	0.062711	0.148719	0.547384	0.102534
Median	0.218782	0.054945	0.129190	0.460586	0.092665
Maximum	0.295684	0.098901	0.399163	1.407632	0.221789
Minimum	0.051465	0.032967	0.023291	0.100232	0.027732
Std. Dev.	0.031989	0.017955	0.084330	0.376292	0.048463
Skewness	-1.932985	0.498223	0.588889	0.661624	0.578916
Kurtosis	12.30742	2.330985	2.553243	2.225786	2.365506

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil Tabel 1 dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Agresivitas Pajak (Y)
   Variabel tersebut menunjukkan nilai minimum sebesar 0.051465 dan maksimum sebesar 0.295684, dengan rata-rata sebesar 0.218576. Angka rata-rata yang positif ini mengindikasikan bahwa secara umum, perusahaan dalam sampel cenderung melakukan agresivitas pajak. Selain itu, standar deviasi untuk variabel ini tercatat sebesar 0.031989.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X1)
   Variabel ini memiliki nilai minimum sebesar 0.032967 dan maksimum 0.098901, dengan rata-rata mencapai 0.062711. Ini menunjukkan bahwa selama periode 2020-2024, rata-rata perusahaan yang diteliti berada dalam rentang antara 0.032967 hingga 0.098901. Selain itu, standar deviasi yang tercatat adalah 0.017955.
3. Variabel *Inventory Intensity* (X2)
   Variabel tersebut memiliki nilai minimum sebesar 0.023291 dan nilai maksimum sebesar 0.399163, dengan nilai rata-rata sebesar 0.148719. Hal ini menunjukkan bahwa sampel perusahaan yang dianalisis pada periode 2020-2024, secara rata-rata berada dalam rentang antara 0.023291 hingga 0.148719. Selain itu, standar deviasi untuk variabel ini tercatat sebesar 0.084330.
4. Variabel *Leverage* (X3)
   Variabel ini memiliki nilai minimum 0.100232 dan maksimum 1.407632, dengan rata-rata sebesar 0.547384. Hal ini menunjukkan bahwa sampel perusahaan yang diteliti pada periode 2020-2024 memiliki tingkat *leverage* yang bervariasi antara 0.100232 hingga 1.407632. Selain itu, standar deviasi yang diperoleh adalah 0.376292.
5. Variabel Profitabilitas (X4)
   Variabel tersebut menunjukkan nilai minimum sebesar 0.027732 dan maksimum 0.221789, dengan nilai rata-rata sebesar 0.102534. Hal ini mengindikasikan bahwa sampel perusahaan yang diteliti selama periode 2020 hingga 2024 memiliki tingkat profitabilitas yang bervariasi antara 0.027732 hingga 0.221789. Selain itu, nilai standar deviasi dari variabel ini adalah 0.048463.

Hasil Uji Chow

Tabel 2 Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-Section F	8.352251	(14,56)	0.0000
Cross-Section Chi-square	84.565795	14	0.0000

Sumber: Data diolah, 2025

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas pada uji *cross-section F* dan *Chi-square* keduanya berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga menyimpulkan bahwa model yang paling sesuai untuk digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

Hasil Uji Hausman

Tabel 3 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq.d.f	Prob.
Cross-Section random	6.275802	4	0.1795

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji yang disajikan pada tabel di atas, nilai probabilitas uji *Cross-section Random* sebesar 0,1795, yang lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, model yang dipilih berdasarkan hasil Uji Hausman adalah *Random Effect Model.*

Langrange Multiplier Test

Tabel 4 Hasil Uji Langrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-Section	Time	Both
Breusch-Pagan	36.67381	0.619348	37.29315
	(0.0000)	(0.4313)	(0.0000)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, nilai *Cross-section* menunjukkan signifikansi sebesar p = 0,0000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, model yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM). Hasil ini konsisten dengan temuan dari Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier, sehingga model terbaik yang sesuai untuk penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM).

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.888566	0.428094	-4.411567	0.0000
X1	0.193458	0.084646	2.285485	0.0253
X2	-0.171244	0.113997	-1.502173	0.1376
X3	-0.238008	0.082511	-2.884574	0.0052
X4	0.234064	0.105126	2.226517	0.0292

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5 maka persamaan regresi data panel dapat

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

digambarkan sebagai berikut:

Y = -1.88856628662 + 0.19345791099*X1 - 0.171243551573*X2 – 0.23800847169*X3 + 0.234063770239*X4

Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

R-Squared	0.249143
Adjusted R-Squared	0.206236

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel dependen, yaitu agresivitas pajak, dapat dijelaskan sebesar 20,62% oleh variabel independen dalam penelitian ini, meliputi *corporate social responsibility, inventory intensity, leverage,* dan profitabilitas. Sementara itu, sekitar 79,38% variasi agresivitas pajak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji T

Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.	Keterangan
C	-1.888566	-4.411567	0.0000	
X1	0.193458	2.285485	0.0253	Berpengaruh
X2	-0.171244	-1.502173	0.1376	Tidak Berpengaruh
X3	-0.238008	-2.884574	0.0052	Berpengaruh
X4	0.234064	2.226517	0.0292	Berpengaruh

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 7 menunjukan hasil uji hipotesis pada pengujian parsial (uji-t) dijelaskan pada berikut ini :

1. Berdasarkan nilai probabilitas variabel *corporate social responsibility* (X1), dapat dinyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.
2. Berdasarkan nilai probabilitas variabel *inventory intensity* (X2), dapat dinyatakan bahwa *inventory intensity* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.
3. Berdasarkan nilai probabilitas variabel *leverage* (X3), dapat dinyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
4. Berdasarkan nilai probabilitas variabel profitabilitas (X4), dapat dinyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Uji F

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji F)

F-Statistic	5.806687
Prob(F-Statistic)	0.000429

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki signifikansi statistik yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yakni *corporate social responsibility, inventory intensity, leverage,* dan profitabilitas, secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji hipotesis pada tabel uji parsial menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien sebesar 0,193458 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar 0,0253, yang berada di bawah ambang signifikansi 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat agresivitas pajak. Menurut perspektif teori agensi, hubungan antara manajer sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal sering kali disertai dengan konflik kepentingan. Dalam situasi tersebut, manajer cenderung mengambil tindakan yang menguntungkan dirinya sendiri, salah satunya dengan mengupayakan peningkatan laba setelah pajak melalui penerapan strategi agresivitas pajak guna menekan beban fiskal perusahaan.

Dalam hal ini, CSR berperan sebagai alat legitimasi sosial untuk menutupi tindakan tersebut, sehingga perusahaan yang terlihat aktif dalam program CSR bisa saja sebenarnya sedang membangun citra positif agar tidak terlalu disorot saat melakukan penghindaran pajak. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Oktris *et al.,* (2021) dan Riyadi *et al.,* (2023) yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, penelitian tesebut juga mengungkapkan dan menjelaskan hubungan agresivitas pajak pada perusahaan LQ-45, berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan sub sektor makanan dan minuman.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel uji parsial, variabel *inventory intensity* memiliki nilai koefisien sebesar -0,171244 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,2070, yang melebihi ambang batas signifikansi 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *inventory intensity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap agresivitas pajak. Dalam kerangka teori agensi, konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) kerap mendorong agen untuk mengambil tindakan yang menguntungkan dirinya, seperti menerapkan strategi agresivitas pajak guna menekan beban pajak dan meningkatkan laba yang dilaporkan.

Namun demikian, *inventory intensity* yang diukur sebagai rasio antara nilai persediaan terhadap total aset bukan merupakan indikator yang lazim digunakan dalam praktik penghindaran pajak. Hal ini disebabkan karena akun persediaan bersifat operasional dan lebih dipengaruhi oleh kebutuhan produksi serta distribusi, daripada dimanfaatkan secara strategis dalam perencanaan pajak agresif. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Diviariesty & Cahyani (2024) yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang disajikan pada tabel uji parsial, variabel *leverage* menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,238008 dengan tingkat signifikansi 0,0052,

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

yang berada di bawah ambang batas signifikansi 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Dalam konteks teori keagenan, relasi antara manajer (sebagai agen) dan pemilik perusahaan (sebagai prinsipal) kerap memunculkan konflik kepentingan, khususnya dalam pengambilan keputusan keuangan. Salah satu manifestasinya adalah dalam praktik penghindaran pajak, yang meskipun dapat memberikan keuntungan jangka pendek, berpotensi bertentangan dengan kepentingan jangka panjang pemilik perusahaan.

Namun, ketika perusahaan memiliki tingkat *leverage* atau utang yang tinggi, manajer cenderung lebih berhati-hati karena adanya pengawasan ketat dari kreditur. Hal ini membatasi ruang gerak manajer untuk melakukan praktik agresivitas pajak karena mereka harus memastikan kewajiban pembayaran utang tetap terjaga. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Dharmayanti (2019) dan Kartika & Nurhayati (2020) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis yang disajikan dalam tabel uji parsial menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki koefisien sebesar 0,234064 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0292, yang berada di bawah tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Temuan ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya, yang menyatakan bahwa profitabilitas sebagai indikator utama kinerja keuangan perusahaan dapat menjadi determinan dalam praktik agresivitas pajak. Tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang besar. Dalam kerangka teori keagenan, kondisi tersebut berpotensi mendorong manajemen untuk mengambil langkah-langkah agresif dalam perencanaan pajak guna menekan beban pajak dan mempertahankan laba bersih yang tinggi. Tindakan ini dilakukan untuk memaksimalkan kompensasi manajerial, meskipun berisiko menimbulkan permasalahan etis dan hukum. Konflik kepentingan antara agen (manajemen) dan prinsipal (pemilik perusahaan) menjadi dasar munculnya perilaku tersebut. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Syalsabilla & Wafa (2024) dan Anggraeni *et al.,* (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Inventory Intensity, Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Uji Pengujian statistik melalui uji F menunjukkan bahwa hipotesis kelima dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel *corporate social responsibility, inventory intensity, leverage,* dan profitabilitas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Secara teoritis, hubungan simultan tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan teori keagenan, yang menyoroti potensi konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal) dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam hal kebijakan perpajakan. Pada sektor makanan dan minuman, *inventory intensity* cenderung tinggi karena karakteristik industrinya yang membutuhkan stok besar dan biaya operasional tinggi. Selain itu, penggunaan *leverage* atau utang memungkinkan perusahaan mengurangi beban pajak melalui bunga pinjaman yang dapat dijadikan biaya.

Dalam perspektif Islam, agresivitas pajak yang dilakukan dengan cara tidak sesuai aturan bertentangan dengan prinsip keadilan (*'adl*) dan amanah. Meskipun perusahaan terlihat aktif dalam CSR, jika disertai dengan praktik penghindaran pajak, maka nilai-nilai keislaman

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

dalam bisnis menjadi diragukan. Hal ini mendorong manajemen untuk mengelola beban termasuk pajak secara efisien, yang menjadikan keempat variabel tersebut saling terkait dalam mempengaruhi agresivitas pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Didasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan, maka bisa ditarik kesimpulan:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan yang positif terhadap tingkat agresivitas pajak, yang menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas CSR cenderung diikuti oleh peningkatan strategi agresif dalam perencanaan pajak.
2. *Inventory Intensity* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak dalam konteks penelitian ini.
3. *Leverage* menunjukkan pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, yang mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat *leverage* cenderung menurunkan kecenderungan perusahaan dalam menerapkan strategi agresif perpajakan.
4. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, yang berarti bahwa peningkatan profitabilitas perusahaan cenderung mendorong penerapan strategi agresif dalam perencanaan pajak.
5. Secara simultan, variabel *Corporate Social Responsibility (CSR), Inventory Intensity, Leverage,* dan Profitabilitas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak.

Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar ruang lingkup kajian diperluas dengan memasukkan variabel independen tambahan, seperti kondisi *financial distress* dan ukuran perusahaan, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak.
2. Disarankan agar penelitian berikutnya mencakup sampel dari sektor industri lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, *18.3*(2017), 2115–2142.

Anindyka, D., Pratomo, D., & Kurnia. (2018). Effect of Leverage (DAR), Capital Intensity and Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015). *E- Proceeding of Management*, *5*(1), 713–719.

Arizoni, S. S., Ratnawati, V., & Andreas. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Akrual, Manajemen Laba Riil Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak: Peran Moderasi Foreign Operation. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *4*(1), 35–47. http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index

Budiharjo, R., Sagita, A., & Hariani, S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Harga Saham pada Perusahaan Infrastuktur. *Judicious*, *3*(2), 271–278. https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1105

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

Dayanara, L., Titisari, K. H., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Barang Industri Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014 – 2018. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, *15*(3), 301–310. https://doi.org/10.33061/jasti.v15i3.3693

Dharmayanti, N. (2019). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas, Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang termasuk dalam LQ45 pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017). *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, *1*. https://doi.org/10.31000/sinamu.v1i0.2143

Fionasari, D. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, *1*(1), 28–40.

Handayani, M. F., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh probilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *Volume 7*(2), 1–16. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/135

Hanum, Z., & Faradila, J. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, *7*(1), 479–487.

Hendarwati, P., & Syarifudin, A. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, *3*(1), 21–38.

Issah, O., & Rodrigues, L. L. (2021). Corporate social responsibility and corporate tax aggressiveness: A scientometric analysis of the existing literature to map the future. *Sustainability*, *13*(11), 6225.

Kartika, A., & Nurhayati, I. (2020). *5661-Article Text-16959-1-10-20210815*. *6*(3), 121–129.

Krisnugraha, B., Rahayu, T., & Supardiyono, Y. (2022). Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, *4*(1), 127–153. https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5028

Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI periode tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, *5*(4), 301–314.

Lily, & Suhardjo, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, *2*(1), 119–134. http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM

Maulana, T., Putri, A. A., & Marlin, E. (2022). Pengaruh capital intensity, inventory intensity dan leverage terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi*, *17*(1), 48–60.

Mayndarto, E. C. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, *6*(1), 426–442.

Meckling, W. H., & Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm. *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, *3*(4), 305–360.

Muhammad Fikri, & Husni Thamrin. (2021). Revitalisasi Konsep Pajak dalam Perspektif Islam. *Tamaddun Ummah (JTU)*, *1*(2), 26–34. https://doi.org/10.57113/jtu.v1i2.94

Nurlela, L. W. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). *Probolinggo: Myria Publisher*.

Oktris, L., Kresnawati, M., & Mulya, H. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Profitabilitas , Leverage , Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Negara

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

Indonesia merupakan salah satu negara yang belum termasuk Berdasarkan Undang-Undang Nomor negara terdiri atas penerimaan negara. *Accounting Cycle Journal*, *2*(2), 21–40. http://journal.podomorouniversity.ac.id/index.php/ACJ/article/view/209

Rahayu, S., & Suryarini, T. (2021). The Effect of CSR Disclosure, Firm Size, Capital Intensity, and Inventory Intensity on Tax Aggressiveness. *Accounting Analysis Journal*, *10*(3), 191–197. https://doi.org/10.15294/aaj.v10i3.51446

Rahman, H. A. (2021). Agresivitas Pajak dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya. *Jurnal Online Insan Akuntan*, *6*(2), 195. https://doi.org/10.51211/joia.v6i2.1576

Riyadi, T., Ekonomi, F., Pamulang, U., Independen, K., Agresivitas, T., Dan, P., Intensity, C., Variabel, S., Responsibility, C. S., & Independen, K. (2023). *yenni_cahyani,+24.+Suryadi+306-319*. *3*(2), 306–319.

Rohmansyah, B., Sunaryo, D., Gunawan Siregar, I., Id Editor, G. S. C., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013- 2017. *JAST Journal of Accounting Science and Technology*, *1*(1), 87–97. www.pajak.go.id

Setyadi, A., & Ayem, S. (2019). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, komite audit dan capital intensity terhadap agresivitas pajak (studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, *1*(2), 228–241.

Surahman, M., & Ilahi, F. (2017). Konsep pajak dalam hukum islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, *1*(2), 166–177.

Yuliana, I. F., & Wahyudi, D. (2018). Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, *7*(2), 105–120.

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417

E-ISSN 2581-1088
DOI: 10.25124/jaf.v9i2.9417