

**ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
INVENTORY INTENSITY, DAN CORPORATE POLITICAL
CONNECTIONS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

Diffa Putri Gustiawan¹⁾, Wiwit Setyawati²⁾

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Correspondence

Email: diffa.putri2001@gmail.com,
dosen00875@unpam.ac.id

No. Telp:

Submitted: 18 May 2024

Accepted: 27 May 2024

Published: 28 May 2024

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence of Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, and Corporate Political Connections on Tax Aggressiveness. This study used a quantitative approach and the data used was secondary data. The population in this study is a Basic Materials sector company listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017 – 2022. The sampling method used is purposive sampling. The sample size obtained 20 Basic Materials companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017 – 2022. The data analysis techniques used are descriptive statistical tests, panel data regression tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and Moderated Regression Analysis (MRA) tests using Eviews software version 9. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, and Corporate Political Connections simultaneously affect Tax Aggressiveness. Corporate Social Responsibility affects Tax Aggressiveness, then Inventory Intensity and Corporate Political Connections do not affect Tax Aggressiveness.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Inventory Intensity; Corporate Political Connections; Tax Aggressiveness*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris *Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, dan Corporate Political Connections* Terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi di dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *Basic Materials* terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2022. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 20 perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2022. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji regresi data panel, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* dengan menggunakan *software Eviews* versi 9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility, Inventory Intensity, dan Corporate Political Connections* Terhadap Agresivitas Pajak. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, kemudian *Inventory Intensity* dan *Corporate Political Connections* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Kata Kunci: Agresivitas Pajak; Intensitas Persediaan; Koneksi Politik Perusahaan; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PENDAHULUAN

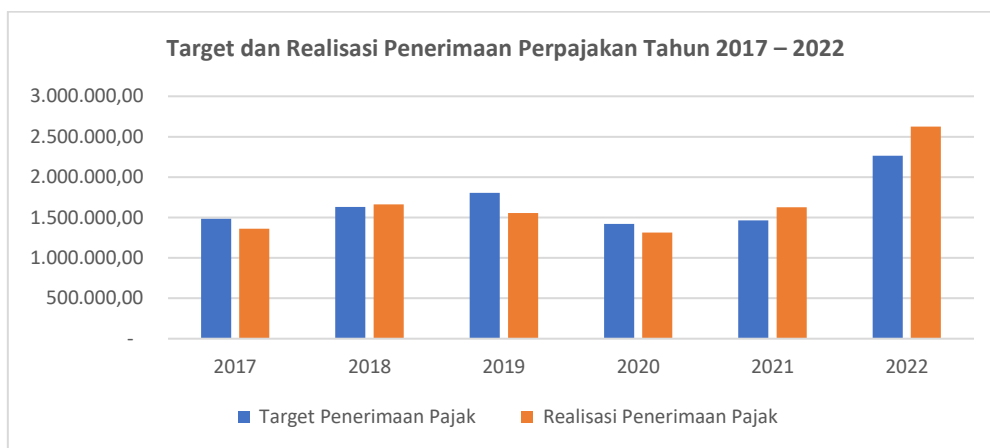
Pandemi Covid-19 menyebar di Indonesia sejak tahun 2020 hingga pertengahan 2022 yang menyebabkan Indonesia memasuki masa darurat bencana non alam ketika pemerintah menetapkan pandemi sebagai bencana nasional. Karena wabah yang tidak terduga, terjadi krisis ekonomi, sehingga dalam hal ini praktik bisnis juga terpengaruh. Beberapa dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia antara lain, mengganggu sistem korporasi yang berujung pada devaluasi rupiah dan volatilitas pasar keuangan. Pandemi menuntut perusahaan untuk lebih akurat menentukan kebijakan keuangan dan strategi bisnis yang efektif dan efisien. Setiap

keputusan yang diambil mempengaruhi keputusan keuangan lainnya yang juga berdampak pada keberlangsungan perusahaan.

Dalam menjaga keberlangsungan perusahaan, banyak perusahaan yang termotivasi untuk melakukan penghindaran pajak dengan Agresivitas Pajak dan menghemat uang dari perpajakan untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan serta meningkatkan keuntungan perusahaan (Sumingtio et al, 2022). Pada tahun 2017, Yenny Sucipto selaku Sekjen Forum Indonesia Untuk Transparansi Anggaran (FITRA) mengakui bahwa data penghindaran pajak dan penggelapan pajak merupakan masalah serius di Indonesia. Di duga setiap tahun ada Rp10 triliun angka penghindaran pajak, mayoritas adalah wajib pajak badan sekitar 80% dan sisanya adalah wajib pajak orang pribadi (suara.com, 2017).

Fenomena Penghindaran Pajak di Indonesia pada sub sektor *Basic Materials* terjadi di PT Aneka Tambang Tbk. pada tahun 2021 yang diduga melakukan penggelapan pajak impor emas senilai Rp47,1 triliun. Arteria Dahlan selaku anggota Komisi III DPR RI menjelaskan bahwa dalam laporan direktur Penindakan dan Penyidikan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan bahwa impor emas yang seharusnya dikenakan bea masuk 5% justru mendapatkan 0% yang berpotensi merugikan negara sebesar Rp2,9 triliun (antaranews.com, 2021).

Dengan adanya Agresivitas Pajak yang memberikan dampak terhadap negara dengan adanya potensi kerugian pajak dapat diukur melalui indikator rasio pajak dalam menilai kinerja penerimaan pajak ataupun kondisi perpajakan yang ada di Indonesia dengan membandingkan persentase penerimaan pajak dengan domestik bruto.



Sumber: Realisasi APBN, Kementerian Keuangan, data yang diolah (2017 – 2022)

Gambar 1. Target dan Realisasi Penerimaan Perpajakan Tahun 2017 –2022

Berdasarkan gambar di atas, realisasi penerimaan pajak dari tahun 2017 – 2022 mengalami penurunan serta peningkatan. Tujuan pemerintah menargetkan penerimaan pajak yang tinggi dan aliran penerimaan pajak yang tidak seimbang menyebabkan realisasi penerimaan pajak selalu lebih rendah dari tujuan. Hal ini disebabkan tarif pajak yang lebih rendah, insentif pajak yang diberikan tidak sesuai target, wajib pajak tidak membayar pajak dengan patuh dan wajib pajak berupaya melakukan tindakan perencanaan pajak untuk mencapai beban pajak yang efektif (Pinareswati, 2020).

Banyak perusahaan yang melakukan tindakan perencanaan pajak untuk mencapai beban pajak yang efektif, karena bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai biaya yang harus dikeluarkan sangat signifikan dan mendapatkan dampak secara langsung terhadap pendapatan yang dimiliki oleh perusahaan, kemudian untuk meningkatkan efisiensi beban pajak banyak

perusahaan yang melakukan penghindaran pajak (Limbong & Kartikaningdyah, 2019). Salah satu indikator penghindaran pajak dilakukan oleh wajib pajak untuk mengurangi pajak perusahaan adalah Agresivitas Pajak. Agresivitas Pajak mencerminkan aktivitas dan strategi yang diadopsi perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya, termasuk interpretasi peraturan pajak yang lebih agresif dan perencanaan yang agresif untuk menghindari pajak. Perusahaan yang menghindari pajak dengan mengurangi penghasilan kena pajaknya akan tetap mempertahankan laba akuntansi keuangannya sehingga memiliki tarif pajak efektif yang lebih mudah.

Sehubungan dengan itu, menurut Faisal Basri selaku ekonom dan politikus asal Indonesia, mengatakan bahwa perusahaan yang bergerak di sektor *Basic Materials* dana yang dikeluarkan oleh perusahaan lebih banyak mengalir ke partai politik atau kantong para politisi (merdeka.com, 2020). Selama 20 tahun terakhir, industri *Basic Materials* telah menjadi komoditas politik dan sumber pendanaan kampanye politik di tingkat nasional dan daerah di Indonesia. Keterkaitan yang erat dengan kebijakan dan peraturan pemerintah, royalti, perpajakan, dan infrastruktur pemerintah membuat sektor ini rentan terhadap korupsi politik.

Dalam laproan “*Coalruption: Elite Politik dalam Pusaran Bisnis Batubara*” mengungkapkan bagaimana elite politik menyelaraskan kepentingan komersial dan politik dalam industri pertambangan batu bara atau *Basic Materials*. Ada banyak elite politik yang memiliki konflik kepentingan dalam industri pertambangan, seperti Luhut Binsar Pandjaitan selaku Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman yang membidangi sektor pertambangan dan energi, yang merupakan pemegang saham di PT Toba Sejahtera (Greenpeace, 2018). Dalam menyatukan bisnis dan politik, Luhut Binsar Pandjaitan mengacu pada struktur lama oligarki politik seperti istana kepresidenan, militer, dan partai politik terutama Partai Golkar.

Dalam hal ini, terlihat bahwa terdapat wajib pajak badan di Indonesia melakukan Agresivitas Pajak agar tetap memperoleh keuntungan yang tinggi dengan meminimalkan beban pajak yang harus dibayar. Untuk mencapai insentif perusahaan untuk Agresivitas Pajak, perusahaan melakukan teknik akuntansi yang diizinkan atau tidak. Misalnya, *Corporate Social Responsibility* (Ramdhani et al., 2022), *Inventory Intensity* (Syafrizal & Sugiyanto, 2022), dan *Corporate Political Connections* (P. A. S. Lestari et al., 2019).

Menurut (Goh et al., 2019), *Corporate Social Responsibility* memiliki keterlibatan dengan Agresivitas Pajak karena dilihat dari tujuan perusahaan dengan memperoleh keuntungan yang besar tanpa menepikan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial, dengan begitu jika keuntungan yang di dapat semakin besar maka penghasilan kena pajaknya juga akan semakin besar. Menurut (Wijaya & Saebani, 2019), *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi pengurang dalam pembayaran pajak penghasilan perusahaan sehingga dapat menjadi salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam meminimalisir pajak penghasilan perusahaan. Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Saebani, 2019), *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Menurut (Pinareswati, 2020), *Inventory Intensity* merupakan ukuran investasi perusahaan dalam persediaan. Investasi persediaan perusahaan di gudang akan membentuk biaya penyimpanan dan biaya perawatan perusahaan, beban ini akan mengurangi keuntungan perusahaan sehingga akan mengurangi beban pajak perusahaan dan membuat perusahaan lebih agresif, seperti halnya perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI, perusahaan besar tentu mengharapkan keuntungan yang besar. Dalam penelitian (Sinaga & Malau, 2021), *Inventory Intensity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhani et al., 2022), *Inventory Intensity* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Perusahaan yang terhubung secara politik dilakukan dengan cara menegosiasikan partai politik yang memiliki hubungan dekat dengan pemerintahan, sehingga pemerintah memiliki

koneksi terhadap struktur organisasi perusahaan seperti komisaris atau direksi (Ramdhani et al., 2022). Dalam penelitian (Prasetyo Nugroho, 2019), *Corporate Political Connections* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhani et al., 2022), *Corporate Political Connections* tidak memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

LANDASAN TEORI

Teori Agensi

Teori agensi merupakan hal mendasar yang digunakan untuk memahami konsep korporasi, seperti yang telah diketahui bahwa teori ini menjelaskan tentang kesepakatan atau hubungan antara korporasi dengan pemerintah dalam mengelola korporasi untuk mencapai tujuan utama korporasi yaitu memperoleh keuntungan yang baik dan membayar pajak yang kecil (Ramdhani et al., 2022).

Teori Legitimasi

Teori ini menjelaskan adanya keterkaitan sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan pengungkapan sosial lingkungan (Lanis & Richardson, 2012). Dengan adanya pengembangan kegiatan *Corporate Social Responsibility* ditujukan agar masyarakat mengetahui bahwa perusahaan memperhatikan pemenuhan dalam tanggung jawab sosial terhadap masyarakat.

Teori Stakeholders

Jika suatu perusahaan ingin mewujudkan tujuan perusahaannya, ia harus memenuhi teori tanggung jawab sosialnya. Teori tersebut menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai cara untuk terhubung dengan pemangku kepentingan. Perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terkena dampak dari tindakan perusahaan (Ramdhani et al., 2022).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari *annual report* dan tahunan perusahaan serta *sustainability reporting* perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI tahun 2017 – 2022 yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections*. Kemudian variabel independennya adalah Agresivitas Pajak. Agresivitas Pajak menggambarkan praktik bisnis dalam melakukan manipulasi atas penghasilan kena pajak perusahaan dengan melakukan perencanaan pajak, yang dapat mencakup metode ilegal maupun legal. Penelitian ini menggunakan proksi ETR dalam mengukur Agresivitas Pajak (Ramdhani et al., 2022) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

Variabel dependen pertama yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian ini, pengukuran mengacu pada *sustainability report* atau *annual report* sesuai dengan penelitian dari (Rahayu & Wahjudi, 2021; Ramdhani et al., 2022; Yunistiyani & Tahar, 2017). Pengukuran ini dilakukan dengan memasang item pada *check list* dengan GRI G4 yang diungkapkan oleh perusahaan. Jika item y diungkapkan maka akan diberi nilai 1, namun jika item y tidak diungkapkan maka akan diberi nilai 0. Rumus pengukuran dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut (Ramdhani et al., 2022):

$$CSRlj = \frac{\sum X_{yi}}{ni}$$

Keterangan:

CSRlj = Indeks luas pengungkapan CSR

$\sum X_{yi}$ = Jumlah (nilai 1 = jika item y diungkapkan, 0 = jika item y tidak diungkapkan)

y = Item diharapkan diungkapkan

ni = Jumlah item untuk perusahaan, ≤ 91

Variabel dependen kedua yang digunakan adalah *Inventory Intensity*. Perhitungan biaya persediaan dapat dikurangkan dari keuntungan, sehingga profitabilitas perusahaan juga akan menurun. *Inventory Intensity* menggambarkan rasio persediaan yang dimiliki oleh perusahaan terhadap total aset perusahaan, maka *Inventory Intensity* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Ramdhani et al., 2022):

$$Inventory Intensity = \frac{Total Persediaan}{Total Aset}$$

Variabel dependen ketiga yang digunakan adalah *Corporate Political Connections*. Menurut (Ramdhani et al., 2022), indikator untuk menilai apakah perusahaan memiliki koneksi politik dengan beberapa kriteria dapat menggunakan variabel *dummy*, di mana diberi nilai 1 jika perusahaan memiliki koneksi politik dan diberi nilai 0 jika perusahaan tidak memiliki koneksi politik. Berikut adalah kriteria perusahaan yang dapat dikatakan memiliki hubungan politik dengan pemerintahan atau politisi sebagai berikut (Ramdhani et al., 2022):

- a. Jika direksi, komite, dewan komisaris, dan pemegang saham memiliki hubungan keluarga atau kekerabatan yang dekat dengan pejabat lembaga negara, personel militer, atau politisi.
- b. Jika salah satu pemegang saham memegang sekurang-kurangnya 10% saham merupakan pejabat atau pernah menjabat sebagai anggota instansi pemerintah, personel militer, atau politisi.
- c. Jika direktur atau salah satu dewan komite adalah pejabat atau pernah menjabat di instansi pemerintah, personel militer, atau politisi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *content analysis*. *Content analysis* sebagai metode penelitian yang menggunakan pengolahan data kuantitatif untuk menggambarkan tujuan, pendapat, dan isi yang dianalisis (Maria, 2018). *Content analysis* dalam penelitian ini merupakan analisis terhadap isi yang terdapat dalam *annual report* dan *sustainability reporting* untuk hasil perhitungan variabel dari *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Political Connections*.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan menggunakan program *Eviews* V.9. Data yang terkumpul dalam penelitian ini diolah kemudian dianalisis dengan berbagai uji statistik seperti analisis statistik deskriptif, analisis model regresi data panel, estimasi model regresi data panel, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Berikut hipotesis penelitian yang akan diuji.

H_1 : *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections* memiliki pengaruh secara simultan terhadap Agresivitas Pajak.

H_2 : *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H_3 : *Inventory Intensity* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H₄ : *Corporate Political Connections* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan sektor *Basic Materials* adalah suatu bisnis yang mampu mengelola barang mentah menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi yang memiliki nilai jual. Terdapat populasi penelitian 96 perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI selama periode 2017 – 2022. Kemudian dari 96 perusahaan tersebut, terdapat 39 perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan maupun laporan tahunan secara lengkap selama periode penelitian pada *website* masing-masing perusahaan maupun pada BEI dan oleh karena itu laporan keuangan yang dibutuhkan tidak tersedia. Selanjutnya terdapat 31 perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian, hal tersebut dapat dilihat melalui laporan keuangan yang dipublikasikan. Kemudian pada saat proses pengujian data penelitian, terdapat 6 perusahaan yang harus di *outliers*. Sehingga sampel perusahaan yang didapat adalah sebanyak 20 perusahaan.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan uji statistik deskriptif, diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel Agresivitas Pajak memiliki standar deviasi sebesar 0,097935 dan nilai rata-rata sebesar 0,197947. Artinya, Agresivitas Pajak dianggap terdistribusi dengan baik dibuktikan dengan angka dari nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki standar deviasi sebesar 0,105960
3. Variabel *Inventory Intensity* memiliki standar deviasi sebesar 0,089764
4. Variabel *Corporate Political Connections* memiliki standar deviasi sebesar 0,478969

Hasil Uji Model Regresi Data Panel

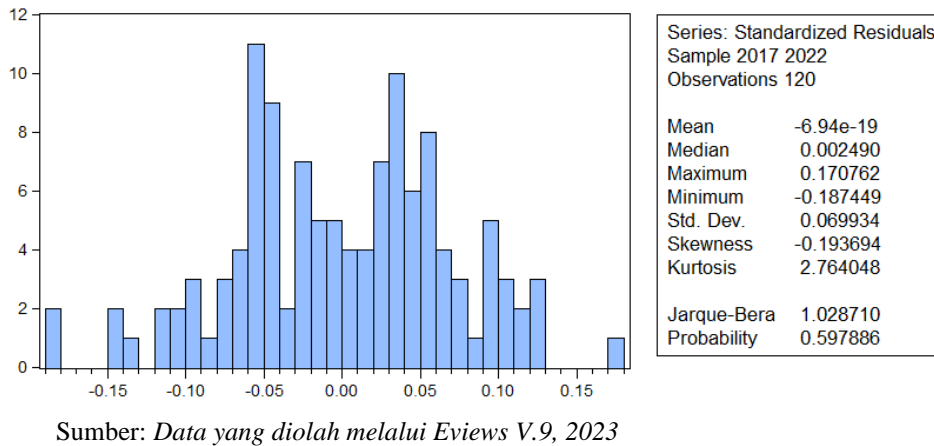
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.270289	0.031241	8.651807	0.0000
X1	-0.085575	0.040552	-2.110273	0.0374
X2	-0.167276	0.108153	-1.546660	0.1252
X3	0.019360	0.023000	0.841765	0.4020
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.568241	Mean dependent var	0.373748	
Adjusted R-squared	0.470316	S.D. dependent var	0.321116	
S.E. of regression	0.077460	Sum squared resid	0.582008	
F-statistic	5.802830	Durbin-Watson stat	2.093276	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.437998	Mean dependent var	0.197947	
Sum squared resid	0.641444	Durbin-Watson stat	2.148990	

Sumber: *Data yang diolah melalui Eviews V.9, 2023*

Gambar 2. Fixed Effect Model

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa FEM memiliki nilai konstanta sebesar 0,270289, nilai regresi variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar -0,085575, nilai regresi variabel *Inventory Intensity* sebesar -0,167276, dan nilai regresi variabel *Corporate Political Connections* sebesar 0,019360.

Hasil Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil Uji Normalitas pada Gambar 3, maka nilai Probabilitas Jarque-Bera (JB) yang dihasilkan adalah 0,597886. Hasil tersebut memiliki arti bahwa $H_0 : \beta_1 = 0$ atau Jarque-Bera (JB) memiliki nilai probabilitas lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas, menunjukkan bahwa koefisien antara variabel X1 sebesar -0,090135, variabel X2 sebesar -0,277277, dan variabel X3 sebesar 0,238907 adalah kurang dari 0,80. Hal ini, mengartikan bahwa semua variabel independen dan variabel dependen tidak menunjukkan terindikasi gejala *Multikolinearitas* atau lolos Uji *Multikolinearitas*.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas*, menunjukkan bahwa nilai Prob. Uji *heteroskedastisitas breusch pagan godfrey* sebesar 0,4379 lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami *heteroskedastisitas* atau lolos uji *heteroskedastisitas*.

Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil Uji autokorelasi, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,093276, Durbin Upper (DU) sebesar 1,7536, Durbin Lower (DL) sebesar 1,6513. Maka, nilai Durbin-Watson (DW) dalam penelitian ini yaitu $1,7536 < 2,093276 < 4 - 1,7536$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel terbebas dari gangguan autokorelasi.

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,470316 atau 47%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (X1), *Inventory Intensity* (X2), *Corporate Political Connections* (X3), mampu menjelaskan variabel Agresivitas Pajak (Y) sebesar 47%, sedangkan sisanya yaitu 53% ($100\% - \text{nilai adjusted R Square}$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini (Sihabudin et al., 2021).

Hasil Regresi Data Panel

Tabel 1. Hasil Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)				
Date: 07/30/23 Time: 01:31				
Sample: 2017 2022				
Periods included: 6				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 120				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.270289	0.031241	8.651807	0.0000
X1	-0.085575	0.040552	-2.110273	0.0374
X2	-0.167276	0.108153	-1.546660	0.1252
X3	0.019360	0.023000	0.841765	0.4020

Sumber: Data yang diolah melalui Eviews V.9, 2023

Adapun penjelasan dari hasil regresi data panel $Y = 0,270289 - 0,085575 \cdot X1 - 0,167276 \cdot X2 + 0,019360 \cdot X3 + e$ sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,270289, artinya tanpa adanya variabel *Corporate Social Responsibility* (X1), *Inventory Intensity* (X2), dan *Corporate Political Connections* (X3), maka variabel Agresivitas Pajak (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,270289% atau sebesar 27%.
2. Nilai koefisien beta variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar -0,085575, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 1%, maka variabel Agresivitas Pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,085575% atau sebesar 9%.
3. Nilai koefisien beta *Inventory Intensity* (X2) sebesar -0,167276, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 1%, maka variabel Agresivitas Pajak (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,167276% atau sebesar 17%.
4. Nilai koefisien beta variabel *Corporate Political Connections* (X3) sebesar 0,019360, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Agresivitas Pajak (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,019360% atau sebesar 2%.

Hasil Uji F

Tabel 2. Hasil Uji F

R-squared	0.568241	Mean dependent var	0.373748
Adjusted R-squared	0.470316	S.D. dependent var	0.321116
S.E. of regression	0.077460	Sum squared resid	0.582008
F-statistic	5.802830	Durbin-Watson stat	2.093276
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data yang diolah melalui Eviews V.9, 2023

Nilai F-hitung sebesar $5,802830 > F$ tabel $2,68281$ dan nilai Prob. $0,000000 < 0,05$, maka H_1 diterima, artinya *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Hasil Uji t

Tabel 3. Hasil Uji t

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)				
Date: 07/30/23 Time: 01:31				
Sample: 2017 2022				
Periods included: 6				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 120				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.270289	0.031241	8.651807	0.0000
X1	-0.085575	0.040552	-2.110273	0.0374
X2	-0.167276	0.108153	-1.546660	0.1252
X3	0.019360	0.023000	0.841765	0.4020

Sumber: Data yang diolah melalui Eviews V.9, 2023

Pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- Nilai t hitung variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar $2,110273 >$ nilai t tabel yaitu $1,98063$ atau nilai Sig. sebesar $0,0374 < 0,05$, maka H_2 diterima, artinya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara negatif terhadap Agresivitas Pajak.
- Nilai t hitung variabel *Inventory Intensity* (X2) sebesar $1,546660 <$ nilai t tabel yaitu $1,98063$ atau nilai Sig. sebesar $0,1252 > 0,05$, maka H_3 ditolak, artinya *Inventory Intensity* tidak berpengaruh secara negatif terhadap Agresivitas Pajak.
- Nilai t hitung variabel *Corporate Political Connections* (X3) sebesar $0,841765 <$ nilai t tabel yaitu $1,98063$ atau nilai Sig. sebesar $0,4020 > 0,05$, maka H_4 ditolak, artinya *Corporate Political Connections* tidak berpengaruh secara positif terhadap Agresivitas Pajak.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections* Terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* dalam rangka memenuhi kewajibannya kepada pemerintah dan membentuk citra yang baik dengan melakukan kegiatan sosial di bidang lingkungan, ekonomi, dan sosial. Penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang mengabaikan persoalan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam kegiatan usahanya masih tetap dapat memperoleh keuntungan. Namun dalam jangka panjang perusahaan akan kesulitan dalam mempertahankan eksistensinya (Wijaya & Saebani, 2019).

Dengan begitu perusahaan berupaya untuk meningkatkan jangkauan bisnisnya dengan kegiatan sosial, ekonomi, dan sosial serta mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, namun biaya yang dikeluarkan oleh aktivitas tersebut juga dapat dikurangkan sebagai biaya untuk mengurangi jumlah pajak. Kemudian *Inventory Intensity* menunjukkan seberapa efektif dan efisien suatu perusahaan mengelola investasi persediaannya. Jika *Inventory Intensity*

perusahaan tinggi, maka nilai ETR akan menurun akibat kenaikan biaya persediaan sehingga mengakibatkan penurunan laba. Hal ini menunjukkan tingkat Agresivitas Pajak yang tinggi (Jati & Dwiyanti, 2019).

Corporate Political Connections sebagai suatu keadaan di mana terjadi hubungan antara partai politik tertentu dengan pihak yang berkepentingan politik yang digunakan untuk mencapai sesuatu yang menguntungkan kedua belah pihak. Perusahaan yang memiliki *Corporate Political Connections* akan dilindungi oleh pemerintah, risiko pemeriksaan pajak lebih rendah, dan perusahaan akan lebih aktif dalam perencanaan pajak, sehingga transparansi keuangan tidak jelas. Hal ini membuat perusahaan yang memiliki hubungan politik lebih berani untuk mencoba membayar pajak lebih sedikit, karena risiko di audit akan lebih rendah, dan bahkan bisa jadi tidak akan di audit oleh pemeriksa pajak (G. A. W. Lestari & Putri, 2017).

Dalam hal ini, *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections* terjadi secara bersama-sama kepada perusahaan sektor *Basic Materials* dapat mempengaruhi kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam melakukan tindakan Agresivitas Pajak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini juga mendukung teori agensi yang mana terdapat adanya kesepakatan antara pemilik perusahaan dengan manajer perusahaan untuk meningkatkan kinerja salah satunya adalah kinerja sosial perusahaan. Dengan meningkatkan kinerja sosial perusahaan melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan oleh pihak manajemen akan lebih mendapatkan penilaian atau citra positif dari pemangku kepentingan. Kemudian sehubungan dengan adanya teori agensi dapat menciptakan biaya-biaya yang dikeluarkan melalui instrumen *Corporate Social Responsibility* untuk memenuhi keinginan partisipan dalam tindakan pajak yang agresif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2017; Limbong & Kartikaningdyah, 2019; Rahayu & Wahjudi, 2021) yang menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Hal penelitian ini bertentangan dengan (Ramdhani et al., 2022; Sasana et al., 2022) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini juga didukung dengan teori agensi yang mana manajer perusahaan tertarik untuk mendapatkan kompensasi yang dibutuhkan dengan meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam meningkatkan kinerja perusahaan, manajer menginvestasikan dana yang tidak digunakan dalam bentuk investasi. Perusahaan menghabiskan lebih banyak investasi modal dalam aset tetap daripada persediaan. *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, hal ini disebabkan karena perusahaan menggunakan *Inventory Intensity* bukan untuk melakukan tindakan pajak yang agresif tetapi digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga pokok penjualan yang selanjutnya digunakan sebagai acuan untuk menentukan harga jual produk perusahaan. Biaya yang dikeluarkan akibat penumpukan persediaan mungkin tidak dapat ditanggung oleh perusahaan karena berkaitan dengan kualitas persediaan yang ada (Ramdhani et al., 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Istiqomah & Trisnaningsih, 2022; Mahardini et al., 2020; Ramdhani et al., 2022; Syafrizal & Sugiyanto, 2022) yang menjelaskan bahwa *Inventory Intensity* tidak memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Hal penelitian ini bertentangan dengan (Jati & Dwiyanti, 2019) yang menjelaskan bahwa *Inventory Intensity* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh *Corporate Political Connections* Terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Political Connections tidak berpengaruh secara positif terhadap Agresivitas Pajak. Dengan adanya kepemilikan saham pemerintah, baik itu pemerintah pusat maupun pemerintah local yang memiliki *Corporate Political Connections* dengan perusahaan tetapi tidak serta merta memberikan perusahaan perlakuan khusus seperti menghindari pemeriksaan pajak. Oleh karena itu, koneksi politik yang dimiliki oleh perusahaan di sektor *Basic Materials* dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya Agresivitas Pajak.

Kedekatan politik direksi dan komisaris sebagai agen bahkan membuat perusahaan lebih bertanggung jawab dan berhati-hati dalam merumuskan kebijakan. Perilaku manajer yang hanya mengambil keuntungan untuk diri sendiri dari kesempatan yang ada tanpa berpegang teguh dalam pendirian dalam teori agensi sebetulnya dicapai dengan menciptakan kinerja yang baik disertai dengan pembayaran pajak yang tinggi. Meskipun pajak adalah biaya bagi perusahaan, membayar pajak yang tinggi merupakan kontribusi besar bagi negara. *Corporate Political Connections* memang dapat menguntungkan perusahaan, namun perusahaan perlu mempertimbangkan implikasinya di masa depan. Perusahaan harus mampu mempertahankan prinsip kesinambungan usaha, karena dalam jangka panjang, *Corporate Political Connections* dapat menciptakan citra buruk bagi perusahaan, mengurangi tingkat kepercayaan dari pemangku kepentingan serta dapat membawa citra buruk bagi perusahaan dan menimbulkan kerugian (Solikin & Slamet, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhani et al., 2022; Windaswari & Merkusiwati, 2018) yang menjelaskan bahwa *Corporate Political Connections* tidak memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Hal penelitian ini bertentangan dengan (P. A. S. Lestari et al., 2019; Wicaksono, 2017) yang menjelaskan bahwa *Corporate Political Connections* memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti dapat memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Agresivitas Pajak sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility*, *Inventory Intensity*, dan *Corporate Political Connections* berpengaruh secara simultan terhadap Agresivitas Pajak.
2. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara negatif terhadap Agresivitas Pajak.
3. *Inventory Intensity* tidak berpengaruh secara negatif terhadap Agresivitas Pajak.
4. *Corporate Political Connections* tidak berpengaruh secara positif terhadap Agresivitas Pajak.

REFERENSI

- Goh, T. S., Nainggolan, J., & Sagala, E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 3(1), 83–96.
- Greenpeace, I. (2018). *Coalruption: Elite Politik dalam Pusaran Bisnis Batubara*. Jakarta: Greenpeace, JATAM, ICW, Auriga Nusantara
- Gunawan, J. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(3), 425–436. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i3.246>
- Istiqomah, A., & Trisnarningsih, S. (2022). Pengaruh Thin Capitalization, Intensitas Persediaan, dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Proaksi*, 9(2), 160–172. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i2.2194>
- Jati, I. K., & Dwiyantri, I. A. I. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Inventory Intensity Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(3).

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2017). *Laporan Kinerja Kementerian Keuangan 2017*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2017). *Realisasi Pendapatan APBN 2017*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). *Laporan Kinerja Kementerian Keuangan 2018*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). *Realisasi Pendapatan APBN 2018*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). *Laporan Kinerja Kementerian Keuangan 2019*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). *Realisasi Pendapatan APBN 2019*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Laporan Kinerja Kementerian Keuangan 2020*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Realisasi Pendapatan APBN 2020*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan Kinerja Kementerian Keuangan 2021*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Realisasi Pendapatan APBN 2021*.
- Lestari, G. A. W., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Koneksi Politik, dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2028–2054.
- Lestari, P. A. S., Pratomo, D., & Asalam, A. G. (2019). Pengaruh Koneksi Politik dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 41–54. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.15772>
- Limbong, D. L., & Kartikaningdyah, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Tax Aggressiveness. *Journal of Applied Accounting and Taxation Article History*, 4(1), 39–43. <https://doi.org/10.30871/jaat.v4i1>
- Mahardini, N. Y., Suprihatin, N. S., & Kodriyah, K. (2020). Pendidikan Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif di Desa Pasanggrahan Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 23–29. <https://doi.org/10.30656/ka.v3i1.2318>
- Maria, R. (2018). *Analisis High Order Thinking Skills (HOTS) Taksonomi Bloom Dalam Buku Teks Sejarah Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Pinareswati, S. D. (2020). Pengaruh Pengungkapan CSR, Capital Intensity, Leverage, Profitabilitas, Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(9), 1–23.
- Prasetyo Nugroho, A. W. (2019). The Effect of Corporate Political Connections on Tax Aggressiveness: Evidence in Indonesia. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 4(2), 138–143. doi:10.30871/jaat.v4i2.1438
- Rahayu, D. D., & Wahjudi, E. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, ROA, Leverage, Size Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 19(2), 92–107. <https://doi.org/10.19184/jauj.v19i2.24430>
- Ramdhani, D., Nur Hasanah, D., Maulana Pujangga, A., & Ahdiat, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Inventory Intensity, dan Koneksi Politik Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Statera: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.33510/statera.2022.4.1>
- Sasana, L. P. W., Masyuri, K., Indrawan, I. G. A., & Carito, J. (2022). Pengaruh Capital Intensity dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 78–94. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6524>

- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syahrudin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. CV. Pena Persada.
- Sinaga, R., & Malau, H. (2021). Pengaruh Capital Intensity dan Inventory Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Binis Dan Akuntansi*, 3(2), 311–322. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i2.811>
- Solikin, A., & Slamet, K. (2022). Pengaruh Koneksi Politik, Struktur Kepemilikan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 3(2), 270–283. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i2.1521>
- Sumingtio, A., Trisnawati, E., & Firmansyah, A. (2022). Dapatkah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Koneksi Politik dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak? *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 3651. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i02.p05>
- Syafrizal, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Intensitas Persediaan, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3). <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3>
- Wicaksono, A. P. N. (2017). Koneksi Politik dan Agresivitas Pajak: Fenomena di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(1), 167–180. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i1.5833>
- Wijaya, D., & Saebani, A. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak. *Widyakala Journal*, 6(1), 55–57.
- Windaswari, K. A., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Pengaruh Koneksi Politik, Capital Intensity, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(3), 1980–2008. doi:10.24843/EJA.2018
- Yunistiyani, V., & Tahar, A. (2017). Corporate Social Responsibility dan Agresivitas Pelaporan Keuangan Terhadap Agresivitas Pajak dengan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 1–31. <https://doi.org/10.23887/jia.v2i1.9610>