



Received : 2 Dec. 2021 Revised: 24 Dec. 2021 Accepted: 8 January 2022 Published :31 January 2022

PENGARUH *TRANSFER PRICING* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Pesta Ria Pasaribu¹, Wiwit Irawati²

pestapasaribu6@gmail.com, wiwitira@unpam.ac.id

Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang

ABSTRACT

Tax revenues that have not been maximized are suspected to be part of the result of transfer pricing and corporate CSR activities. This study aims to determine the effect of transfer prices and corporate social responsibility on tax aggressiveness. This type of research is quantitative research. The data used in this research is secondary data. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the energy sector and consumer non-cyclicals in 2017-2020. The sampling technique used purposive sampling and obtained as many as 16 companies with a research period of 4 years so that 64 sample data were obtained. Analysis of the data used in this study is descriptive statistics, panel data regression test, classical assumption test and hypothesis testing. The results show that transfer pricing has no significant effect on tax aggressiveness, but corporate social responsibility has a significant effect on tax aggressiveness.

Keywords: *Transfer Pricing, Corporate Social Responsibility, Agresivitas Pajak*

PENDAHULUAN

Penerimaan pajak di Indonesia masih belum mencapai target yang diharapkan, (Widyastuti, 2020). Hal ini diakibatkan salah satunya karena perbedaan pandangan antara pemerintah dan Wajib Pajak, di mana bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, di mana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam rangka mensejahterakan pemilik dan melanjutkan kelangsungan hidup perusahaannya, (Ersita & Elim, 2016). Perbandingan pandangan ini mewujudkan sikap agresif perusahaan terhadap pajak yakni tindakan yang bertujuan untuk mengurangi Penghasilan Kena Pajak (PKP) melalui perencanaan pajak baik menggunakan metode yang legal atau ilegal, (Frank et al, 2009).

* Corresponding author's e-mail: wiwitira@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA>

Oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang dipengaruhi oleh hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan (*mispricing*) (Kurniawan, 2015). Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Wafiroh & Hapsari, 2015). Penting bagi otoritas pajak untuk menerima transaksi yang dilakukan para pihak yang mempunyai hubungan istimewa sebagai transaksi apa adanya (*recognition of the actual transactions undertaken*), karena belum tentu transaksi tersebut ditujukan semata-mata untuk tujuan penghindaran pajak (Kurniawan, 2015).

Pengambil keputusan ekonomi saat ini, tidak hanya melihat kinerja keuangan entitas, tetapi juga melihat bagaimana perusahaan melakukan aktivitas CSR nya. Perusahaan dengan aktivitas akan lebih mengedepankan aspek *sustainability* dalam strategi dan operasi perusahaan. Perusahaan-perusahaan dapat menggunakan informasi CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Cheng, et al, 2011.). Akan tetapi aktivitas CSR ini merupakan beban yang dapat mengurangi pajak yang dibayarkan perusahaan.

Penelitian ini perusahaan manufaktur sub sektor *energy* dan *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan kegiatan CSR dengan data dari tahun 2017 – 2020. Penelitian ini juga berbeda dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas untuk melihat kaitannya dengan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah: (1) Apakah *Transfer Pricing* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak? (2) Apakah *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak? (3) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?

Penelitian ini memiliki arti penting untuk *stakeholder* terutama bagi perusahaan untuk dapat mengelola dengan lebih baik sehingga kandungan laba akuntansi yang tersedia tetap berkualitas atau memiliki respon positif serta dapat mempertahankan persistensi laba perusahaan untuk menarik para investor ataupun kreditor, dan tetap melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Agresivitas Pajak

Menurut Frank et al (2009) agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang memiliki tujuan guna meminimalisir laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik dengan cara *tax avoidance* (legal) maupun *tax evasion* (illegal). Agresivitas pajak terjadi hampir di semua perusahaan-perusahaan besar

maupun kecil di seluruh dunia. Tindakan agresivitas pajak ini dilakukan dengan tujuan meminimalkan besarnya biaya pajak dari biaya pajak yang telah diperkirakan, atau dapat disimpulkan dengan usaha untuk mengurangi biaya pajak (Indradi, 2018). Tindakan pajak agresif adalah usaha perusahaan untuk mengurangi biaya pajak yang harus dibayarkan. Semakin agresif perusahaan dalam hal perpajakan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya (Nugraha & Meiranto, 2015). Menurut Frank, *et all* (2009), tindakan agresivitas pajak terbagi dalam dua cara yaitu: (1) Penghindaran pajak (*Tax Avoidance*), yakni usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang; dan (2) Penggelapan Pajak (*Tax Evasion*), adalah upaya Wajib Pajak dengan penghindaran pajak yang terutang secara illegal dengan cara menyembunyikan keadaan yang sebenarnya, dimana metode dan teknik yang digunakan sebenarnya tidak dalam koridor Undang-undang dan Peraturan Perpajakan itu sendiri.

Pengukuran agresivitas pajak dalam penelitian ini menggunakan *effective tax rate* seperti perhitungan Purwanggono (2015) dengan rumus sebagai berikut:

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

Transfer Pricing terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan No. 22/PMK.03/2020 *Transfer pricing* (Harga Transfer) adalah harga dalam transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa yang sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Pajak Penghasilan dan Undang-Undang mengenai Pajak Pertambahan Nilai. *Transfer Pricing* dapat disebabkan adanya salah satu faktor: kepemilikan atau penyertaan modal; penguasaan; atau hubungan keluarga sedarah atau semenda. *Transfer Pricing* dapat dilihat dari dua sisi dimensi, yakni (1) Dimensi netral menjelaskan bahwa *transfer pricing* adalah penentuan harga balas jasa suatu transaksi antar divisi dalam suatu perusahaan dalam satu grup (Fauziah & Saebani, 2018). sedangkan dimensi pejorative menjelaskan bahwa *transfer pricing* sama seperti rekayasa manipulasi harga secara sistematis yang bertujuan untuk mengurangi yang menjadikan seolah-olah perusahaan rugi sehingga perusahaan bisa menghindari kena pajak (Husna 2020). Oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang dipengaruhi oleh hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan (*misspricing*) (Husna, 2020).

Transfer pricing dapat terjadi antara wajib pajak dalam negeri dengan wajib pajak luar negeri terutama yang berkedudukan di *tax-heaven country*, yaitu negara yang tidak memungut pajak atau memungut pajak lebih rendah dari Indonesia secara signifikan. *Transfer pricing* dapat berupa pertukaran produk diantara divisi penjual dan divisi pembeli dalam satu entitas yang sama tidak dapat dikatakan sebagai *transfer pricing* karena secara teknis masih dalam satu entitas pelaporan yang sama. Pengukuran adalah sebagai berikut, (Khotimah, 2019)

Piutang kepada Pihak Berelasi

$$\text{Transfer Pricing} = \frac{\text{Piutang kepada Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

Adanya tarif pajak yang berbeda antar negara menimbulkan peluang bagi entitas bisnis untuk memanfaatkan selisih tarif dengan melakukan pergeseran pendapatan atau biaya untuk melakukan penghematan biaya pajak. Hal ini sejalan dengan Teori Agensi yang menyatakan adanya hubungan yang timbul karena adanya kontrak antara prinsipal yang mendelegasikan tanggung jawab pengelolaan perusahaan kepada agen, mengakibatkan perbedaan kepentingan di antara keduanya, (Jensen dan Meckling (1976); Putri & Irawati, 2019). Dua pihak dalam hal ini adalah pemilik perusahaan dan negara (fiskus) yang berkepentingan terhadap pembayaran pajak dari perusahaan. Pajak yang dibayarkan akan tergantung kepada profit yang didapatkan perusahaan dan pajak itu akan mengurangi bagian laba yang akan dibagikan kepada pemilik (Irawati, et al., 2020). *Transfer Pricing* dapat membuat pajak yang dibayarkan menjadi lebih kecil, terlebih pada perusahaan multinasional di seluruh dunia, (Nguyen, 2021)

H1: *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

Corporate Social Responsibility

Ide dasar CSR pertama kali diungkapkan oleh Bowen tahun 1953 yang mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan-tujuan yang hendak dicapai masyarakat di tempat perusahaannya beroperasi (Kholida & Susilo, 2019). Menurut perspektif hukum bisnis, terdapat dua tanggung jawab yang harus diimplementasikan dalam etika bisnis, yaitu tanggung jawab hukum dan tanggung jawab sosial (Utama & Rizana, 2018). Tanggung jawab hukum meliputi aspek perdata dan aspek pidana, sedangkan tanggung jawab sosial berarti bahwa perusahaan bukan hanya merupakan entitas bisnis yang mencari keuntungan saja, melainkan merupakan satu kesatuan dengan keadaan sosial, ekonomi, dan lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi (Utama & Rizana, 2017). Teori akuntansi positif menganggap bahwa manajer secara rasional akan memilih kebijakan akuntansi yang menurutnya baik, (Watts & Zimmerman, 1986) salah satu kebijakan yang dianggap bernilai baik adalah yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR.

CSR menggunakan proksi rasio *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan Global Reporting Initiative G4 (GRI-G4) yang diperoleh dari websit www.globalreporting.org. Indikator GRI dari penelitian ini menggunakan tabel checklist dengan indikator pengungkapan CSR yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Proksi yang digunakan dalam pengukuran variabel ini seperti yang dilakukan Arwiani, et al, (2013). Pengukurannya adalah sebagai berikut:

$$CSR_{D_i} = \frac{\sum X_i}{n}$$

CSR merupakan strategi dari perusahaan atau organisasi untuk mengembangkan bisnisnya sesuai dengan cara mereka masing-masing dengan memperhatikan nilai etis, ramah dengan masyarakat sekitar dan bermanfaat untuk masyarakat dalam hal pengembangan (Purwanggono, 2015). Berkaitan dengan hal ini, perusahaan masih beranggapan bahwa dalam pengungkapan CSR terdapat dua beban yang harus ditanggung, yaitu beban CSR dan beban pajak (Octaviana & Rohman, 2014). Hal ini sesuai dengan teori agensi yang menyatakan adanya dua pihak yang berbeda kepentingan dalam perusahaan dan menjadi alasan perusahaan untuk melakukan tax agresiveness, semakin tinggi pengungkapan CSR, maka semakin rendah perusahaan untuk melakukan perilaku agresivitas pajak. Sedangkan semakin rendah pengungkapan CSR, maka semakin terindikasi perusahaan melakukan agresivitas pajaknya. (Fionasari, et al, 2017). Perusahaan yang melakukan CSR akan terindikasi melakukan kegiatan meminimalisasi beban pajak, (Kacem & Omri, 2021).

H2: CSR berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang menganalisa data-data secara statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan kemudian menginterpretasikan hasil analisis tersebut untuk memperoleh suatu kesimpulan. Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian asosiatif, yakni penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), (Sugiyono, 2014). Tempat penelitian adalah perusahaan sektor manufaktur sub sektor *energy* dan *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan tahun 2017 – 2020 dengan metode pemilihan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* dari populasi sebanyak 160 perusahaan dihasilkan 16 perusahaan dengan periode 4 tahun sehingga terdapat 64 data sampel.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan bantuan software Eviews 10. Data yang terkumpul akan dilakukan uji kesesuaian regresi, uji asumsi klasik dan selanjutnya dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari Uji Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji t.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari olah data uji kesesuaian model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Kesesuaian Model Regresi

No	Metode	Pengujian	Hasil	Model Terpilih
1	Uji Chow	<i>Common Effect Model Vs Fixed Effect Model</i>	Nilai probabilitas <i>cross section</i> F adalah 0.0000 lebih kecil dari 0.05	<i>Fixed Effect Model</i>
2	Uji Hausman	<i>Random Effect Model Vs Fixed Effect Model</i>	Nilai probabilitas (<i>prob</i>) <i>cross-section random</i> sebesar 0.2813 lebih besar dari 0.05	<i>Random Effect Model</i>
3	Uji Lagrange Multiplier	<i>Common Effect Model Vs Random Effect Model</i>	Nilai <i>Both</i> , yaitu sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0.05	<i>Random Effect Model</i>

Berdasarkan hasil tabel di atas maka hasil yang diperoleh kesimpulan model penelitian ini menggunakan *Random Effect Model*.

Uji Analisis Persamaan Regresi Data Panel

Tabel 2 Uji Regresi Data Panel dengan *Random Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.125956	0.039194	3.213660	0.0021
Transfer Pricing	-0.016690	0.057803	-0.288742	0.7738
CSR	0.239710	0.088484	2.709076	0.0087
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.094680	0.6954
Idiosyncratic random			0.062656	0.3046
Weighted Statistics				
R-squared	0.108503	Mean dependent var		0.062763
Adjusted R-squared	0.079273	S.D. dependent var		0.065584
S.E. of regression	0.062931	Sum squared resid		0.241581
F-statistic	3.712107	Durbin-Watson stat		1.426844
Prob(F-statistic)	0.030107			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.014478	Mean dependent var		0.199797
Sum squared resid	0.756949	Durbin-Watson stat		0.455379

Sumber: Output Eviews 10, 2021

Berdasarkan tabel 2 diketahui persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = 0.125956 + -0.016690 X1 + 0.239710 X2 + \text{error}$$

$$\text{Agresivitas Pajak} = 0.125956 - 0.016690 \text{Transfer Pricing} + 0.239710 \text{CSR} + \text{error}$$

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Dari tabel 2 juga dapat diketahui koefisien determinasi (R²) penelitian sebesar Adjusted R Squared 0,079273 atau 7,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh dari variabel independen yaitu *transfer pricing* dan *corporate social responsibility* terhadap variabel dependen yaitu agresivitas pajak yaitu

* Corresponding author's e-mail: wiwitira@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA>

sebesar 7.9273% dan sisanya sebesar 92.0727% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Dari tabel 2 dapat diketahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut: Hasil uji t untuk X_1 yaitu variabel *transfer pricing* sebesar 0.7738 lebih besar dari 0.05 yang dapat diartikan bahwa variabel *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan hasil uji t untuk X_2 yaitu variabel *corporate social responsibility* diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.0087 lebih kecil dari 0.05 yang dapat diartikan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Uji Statistik F

Kriteria pengambil keputusan pengujian tingkat signifikansi Uji F menurut Sugiyono (2014) adalah sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_1 ditolak, artinya variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima, artinya variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *F-Statistic* sebesar 3.712107 dengan nilai prob (*F-Statistic*) sebesar 0.030107. Nilai prob (*F-Statistic*) 0.030107 lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0.05 atau ($0.030107 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *transfer pricing* dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor *energyl* dan *consumer non cycicals* yang terdaftar di BEI tahun 2017 – 2020.

Pengaruh *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak

Hasil uji t untuk X_1 yaitu variabel *transfer pricing* sebesar 0.7738 lebih besar dari 0.05 yang dapat diartikan bahwa variabel *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sesuai dengan teori agensi bahwa dalam sebuah perusahaan, terdapat hubungan antara pemilik dengan manajer yang masing-masing memiliki kepentingan berbeda. Pemilik (*principal*) memberikan wewenang kepada manajer (agen) untuk mengelola perusahaan agar menghasilkan kinerja dan *return* yang baik bagi pemilik saham (Triuwono, 2018) dengan menggunakan mekanisme *transfer pricing* maka dari sisi manajer target akan tercapai sedangkan dari sisi pemilik penghematan pajak yang berarti juga penghematan biaya bagi perusahaan. *Transfer Pricing* seperti menjembatani perbedaan keduanya. Sedangkan dari sisi akuntansi positif terlihat dari manajer secara rasional akan memilih kebijakan akuntansi yang baik (Ursula & Adhivinna, 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Utami, et al (2020) yang mengungkapkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, juga penelitian Hutomo, et al (2018) yang mengungkapkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh Yanti (2019) yang mengungkapkan *transfer pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak

Hasil uji t untuk X_2 yaitu variabel *corporate social responsibility* diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.0087 lebih kecil dari 0.05 yang dapat diartikan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Teori akuntansi positif menganggap bahwa manajer secara rasional akan memilih kebijakan akuntansi yang baik (Ursula & Adhivinna, 2018) dengan melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, perusahaan menambah pengeluaran yang pada akhirnya berujung pada berkurangnya laba kena pajak. Kebijakan melakukan CSR ini merupakan pilihan manajer dan pemilik perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan sekaligus mengurangi beban pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yunistiyani & Tahar, (2017) yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dan Diandra, et al (2020) yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan menolak penelitian yang dilakukan oleh Fionasari, et al (2017) yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai Pengaruh *Transfer Pricing* Dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Transfer pricing* dan *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. *Transfer Pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan di atas disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sektor yang berbeda sebagai objek penelitian, misalkan pada sektor properti dan real estate. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel independent lain untuk menambah atau menggantikan variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya, misalkan *intangible asset*, *capital intensity*, dan lainnya. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan alat ukur yang berbeda untuk mengukur agresivitas pajak.

Implikasi:

Penelitian ini menunjukkan pentingnya perusahaan untuk menerbitkan laporan keuangan yang secara tepat waktu dengan dilengkapi laporan *corporate social*

responsibility untuk lebih menarik dan meyakinkan investor. Penelitian ini juga dapat membantu pemerintah dalam membuat dan menetapkan kebijakan perpajakan yang adil serta meningkatkan pengawasan pemerintah terhadap pelaksanaan perpajakan sehingga dapat mengurangi praktik agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan dan merugikan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arwiani, T., Sekarwana, N., & Kusnadi, D. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Pelayanan Antenatal di Puskesmas Kota Bandung Tahun 2013. Naskah Publikasi.
- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap abnormal return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 23-35.
- Diandra, S. M., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Beban Iklan dan Intensitas Persediaan terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 188-202.
- Ersita, M., & Elim, I. (2016). Analisis efektivitas penerimaan retribusi daerah dan kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (pad) di provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Fauziah, N. A & Saebani, Akhmad. 2018. Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. Jakarta: Universitas Veteran Jakarta
- Fionasari, D., Savitri, E., & Andreas, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Sorot*, 12(2), 95-105.
- Frank, M., Lynch, L., dan Rego, S. (2009). Tax Reporting Aggressiveness and its Relations to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*. 82 (2), 467-496
- Husna, N.A. (2020), Pengaruh Pajak, Debt Covenant, Tunneling Incentive, Exchange Rate Dan Intangible Assets Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. (Universitas Pancasakti Tegal)
- Hutomo, M. A., Sari, R. H. D. P., & Nopiyanti, A. (2021, August). Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization, dan Tunneling Incentive terhadap Agresivitas Pajak. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 141-157).
- Indradi, D. (2018). Pengaruh Likuiditas, Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi empiris perusahaan Manufaktur sub sektor industri dasar dan

- kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.). *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 1(1), 147-167.
- Irawati, W., Akbar, Z., Wulandari, R., & Barli, H. (2020). Analisis Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Penghindaran Pajak. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 190-199.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
- Kacem, H., & Omri, M. A. B. (2021). Corporate social responsibility (CSR) and tax incentives: the case of Tunisian companies. *Journal of Financial Reporting and Accounting*.
- Kholida, N., & Susilo, D. E. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2018). *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewanatara Call For Paper 2019* <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46> Hal. 79 - 88. [ndex.php/SNEB/issue/view/46](https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46) Hal. 79 - 88.
- Khotimah, S. K. (2019). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan Perusahaan dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125-138.
- Kurniawan, A. M. (2015). Buku Pintar Transfer Pricing untuk Kepentingan Pajak.
- Nugraha, Novia Bani (2015), Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013) Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, Halaman 1-14 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting> ISSN (Online): 2337-3806 Peraturan direktur jenderal pajak No. PER-43/PJ/2011
- Nguyen, Q. T. (2021). Intangible assets of MNE foreign subsidiaries: the role of internal financial resources and host country institution. In *The Multiple Dimensions of Institutional Complexity in International Business Research* (Vol. 15, pp. 263-285): Emerald Publishing Limited.
- Octaviana, N. E., & Rohman, A. (2014). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Purwanggono, E., & Rohman, A. (2015). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Mayoritas terhadap Agresivitas Pajak

- (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). *Dipenogoro Journal of Accounting*, 4(2): 1-13.
- Putri, N. R., & Irawati, W. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Effective Tax Rate terhadap Kebijakan Dividen dengan Likuiditas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 93-108.
- Triyuwono, E. (2018). *Proses Kontrak, Teori Agensi dan Corporate Governance (Contracting Process, Agency Theory, and Corporate Governance)*. Available at SSRN 3250329.
- Ursula, E.A. dan Adhivinna, V.V. 2018. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Growth Opportunities Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa* 6 (2). ISSN 2540-9646."
- Utama, A. S. (2018). Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 4(1), 26-36.
- Utami, R. D., Cahyaningsih, C., & Kurnia, K. (2020). Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization, Dan Tax Haven Utilization Terhadap Agresivitas Pajak (studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2015). Pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus pada keputusan transfer pricing. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 6(2), 157-168.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. wbiconpro.com/340-Nila.pdf "
- widyastuti. (2020), <https://bisnis.tempo.co/read/1292071/sri-mulyani-penerimaan-pajak-1-335t-atau-844-persen-dari-target>
- Yanti, F. (2019). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 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). *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 2(1).