

## **PENGARUH *INVENTORY INTENSITY*, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

*Vincentius Ria Kogha*<sup>1</sup>, *Vivi Iswanti Nursyirwan*<sup>2</sup>  
[villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen02226@unpam.ac.id](mailto:dosen02226@unpam.ac.id)<sup>2</sup>  
Program Studi Akuntansi Universitas Pamulang

### ***Abstract***

*This study aims to determine the effect of inventory intensity, capital intensity, and corporate social responsibility on tax aggressiveness in the consumer goods industry for the 2015-2019 period. The research methodology used is the Associative method. The population of this study are manufacturing companies in the Consumer Goods Industry sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2015-2019 period, while the number of companies that are sampled are 10 companies. Data analysis method using Panel Data Regression. The results show that: Simultaneously Inventory Intensity, Capital Intensity and Corporate Social Responsibility (CSR) have an effect on Tax Aggressiveness in Consumer Goods Industrial Companies for the 2015-2019 Period, this can be proven from the probability value of  $0.047087 < 0.05$ . Partially, Inventory Intensity has no effect on tax aggressiveness in Consumer Goods Industrial Companies for the 2015-2019 period, this can be proven from the probability value of  $0.8841 > 0.05$ . Partially, Capital Intensity has no effect on tax aggressiveness in Consumer Goods Industrial Companies for the 2015-2019 period, this can be proven from the probability value of  $0.6689 > 0.05$ . Partially Corporate Social Responsibility (CSR) has an effect on Tax Aggressiveness in Consumer Goods Industrial Companies for the 2015-2019 Period, this can be proven from the probability value of  $0.0075 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Inventory Intensity; Capital Intensity; Corporate Social Responsibility; Tax Aggressiveness*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inventory intensity, capital intensity, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak pada perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019. Metodologi penelitian yang digunakan menggunakan metode asosiatif. Populasi dari penelitian ini

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

adalah perusahaan manufaktur sub sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2019, adapun jumlah perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 10 perusahaan. Metode analisis data menggunakan Regresi Data Panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Inventory Intensity*, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan industri barang konsumsi periode 2015-2019. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai *probability*  $0.047087 < 0,05$ . Secara parsial *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak Pada perusahaan industri barang konsumsi periode 2015-2019. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai *probability*  $0.8841 > 0,05$ . Secara parsial *capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan industri barang konsumsi periode 2015-2019. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai *probability*  $0.6689 > 0,05$ . Secara parsial *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai *probability*  $0.0075 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Inventory Intensity; Capital Intensity; Corporate Social Responsibility; Agresivitas Pajak*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Pendapatan negara memegang peranan penting dalam mensejahterakan masyarakat. Pendapatan negara adalah penerimaan yang diterima oleh suatu negara untuk membiayai dan menjalankan seluruh kegiatan pemerintah dan memenuhi kebutuhan masyarakat (Reminda, 2017). Pemerintah memiliki pengaruh yang besar dalam mengatur, menstabilkan, dan mengembangkan kegiatan yang dilakukan oleh negara. Oleh karena itu, pemerintah membutuhkan dana yang besar untuk melaksanakan pembangunan negara. Terdapat banyak sumber pendapatan negara. Salah satunya ialah pajak.

Bagi negara, pajak

merupakan sumber penerimaan yang penting. Sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan tersebut. Perusahaan menganggap pajak sebagai beban dan biaya, maka perusahaan perlu melakukan usaha dan strategi untuk meminimalkan jumlah pajak terutang perusahaan tersebut (Pratiwi, 2018). Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Demi melengkapi fasilitas serta

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

perkembangan infrastruktur negara Indonesia, pemerintah tentu membutuhkan target penerimaan pajak yang harus didapatkan agar realisasi pembangunan berjalan dengan lancar. Agresivitas pajak merupakan isu yang kini cukup fenomenal di kalangan masyarakat yang banyak terjadi di perusahaan-perusahaan di dunia baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Menurut Wicaksono (2017) agresivitas pajak adalah serangkaian perencanaan pajak yang bertujuan untuk menurunkan laba kena pajak namun masih sesuai dengan peraturan perpajakan, hal tersebut berbeda dengan penggelapan pajak (*Tax Evasion*). Sementara menurut Rinaldi dkk (2020) *Tax Aggressiveness* didefinisikan sebagai skema atau peraturan yang diterapkan dengan tujuan tunggal atau dominan yaitu untuk menghindari pajak yang sesuai dengan hukum perpajakan yang berlaku. Fenomena yang terjadi di Indonesia yaitu sebagaimana yang dimuat dalam berita online detik finance pada tanggal 14 Oktober 2016, salah satu perusahaan besar di dunia yang juga melakukan aktivitas bisnisnya di Indonesia melakukan tindakan agresivitas pajak yaitu Google Asia Pasific Pte Ltd. Google melakukan strategi penghindaran pajak dengan cara *tax planning*, metode *tax planning* yang dilakukan google adalah dengan pemanfaatan syarat *physical presence* (kehadiran fisik). Google memiliki anak perusahaan di Singapura yang mengatur bisnis disekitar Asia. Sedangkan di Indonesia Google

hanya membangun kantor *marketing representative* yang berperan sabagi penunjang dan pelengkap. Dengan klasifikasi itu Google di Indonesia tidak dapat dikategorikan sebagai BUT (Bentuk Usaha Tetap) (Jaya, 2018). Fenomena lain yaitu PT Garuda Metalindo dari neraca perusahaan terlihat peningkatan jumlah hutang (bank dan lembaga keuangan). Dalam laporan keuangan nilai utang bank jangka pendek mencapai Rp 200 miliar hingga Juni 2016, meningkat dari akhir Desember 2015 senilai Rp 48 miliar. Emiten berkode saham BOLT ini memanfaatkan modal yang diperoleh dari pinjaman atau hutang untuk menghindari pembayaran pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan. Presiden Direktur Garuda Metalindo Ervin Wijaya di Jakarta Senin (8/5) mengatakan, peningkatan nilai hutang perusahaan dikarenakan perseroan menyiapkan setidaknya Rp 350 miliar belanja modal (*capital expenditure/capex*) hingga pertengahan tahun depan. Sumber dana Capex berasal dari pinjaman perbankan sekitar Rp 200 miliar dan selebihnya akan diambil dari kas internal perusahaan (<http://investor.id>, 28 Juli 2019). Perusahaan tersebut diduga melakukan upaya-upaya penghindaran pajak, padahal memiliki aktivitas cukup banyak di Indonesia, namun yang menarik dari kasus ini adalah banyak modus mulai dari administrasi hingga kegiatan yang dilakukan untuk menghindari kewajiban pajak. Secara badan usaha, sudah terdaftar sebagai perseroan terbatas. Namun, dari segi permodalan, perusahaan tersebut menggantungkan hidup dari utang

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

afiliasi ungkap Bambang. Lantaran modalnya dimasukkan sebagai utang mengurangi pajak, perusahaan ini praktis bisa terhindar dari kewajiban. (<http://investor.id>, 28 Juli 2019).

Berdasarkan fenomena diatas dapat dijelaskan bahwa PT Garuda Metalindo melakukan penghindaran pajak dengan cara memanfaatkan modal yang diperoleh dari pinjaman atau hutang dengan demikian perusahaan yang melakukan pembiayaan dengan utang, maka akan adanya biaya bunga yang harus dibayarkan, semakin besar hutang maka semakin besar juga biaya bunga yang ditanggung perusahaan. Biaya bunga yang besar akan memberikan pengaruh berkurangnya beban pajak.

*Inventory Intensity* merupakan sejumlah dana perusahaan yang di investasikan terhadap persediaan (Hidayat & Fitria, 2018). Perusahaan yang memiliki persediaan besar menimbulkan beban pemeliharaan persediaan dan beban selisih dari perbedaan metode persediaan, sehingga beban ini dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan untuk menjadi pengurang pajak. Atas dasar inilah mengapa *Inventory Intensity* di pilih sebagai variabel yang dianggap mempengaruhi adanya praktek *Tax Aggresiveness*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwiyanti & Jati (2019) dan Muzzakki & Darsono (2015) bahwa *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap *Tax Aggresiveness*. Dalam penelitian Anindyka *et al* (2018) mengenai pengaruh *leverage* (DAR), *capital intensity* dan *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak

memperoleh hasil bahwa *inventory intensity* mempunyai pengaruh negatif pada agresivitas pajak.

Namun terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Fitria (2018); Indrani (2018); serta Putri & Lautania (2016) yang menggunakan variabel *Inventory Intensity* menunjukkan bahwa *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggresiveness*, yang mengartikan bahwa semakin tinggi persediaan maka semakin rendah tingkat *Tax Aggresiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam bentuk persediaan tidak tepat untuk dilakukan karena tidak memberikan dampak apa pun terhadap tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan sampel.

Faktor lain yang diprediksi dapat memengaruhi agresivitas pajak adalah *capital intensity*. *Capital Intensity* adalah sejumlah dana perusahaan yang di investasikan terhadap aset tetap (Muzzakki & Darsono, 2015). *Capital intensity ratio* merupakan rasio antara aktiva tetap, seperti peralatan pabrik, mesin dan berbagai properti. Perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar menimbulkan beban penyusutan yang tinggi, beban ini dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk menjadi pengurang pajak. Atas dasar inilah mengapa *Capital Intensity* di pilih sebagai variabel yang dianggap mempengaruhi adanya praktik *Tax Aggresiveness*.

Penelitian yang menggunakan variabel *Capital Intensity* oleh Nugraha dan Meiranto (2015); Hidayat & Fitria (2018); dan Putri & Lautania (2016) menyatakan bahwa

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

*Capital Intensity* berpengaruh secara positif terhadap *Tax Aggressiveness*, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar cenderung akan melakukan perencanaan pajak sehingga menghasilkan ETR yang lebih kecil.

Namun hasil penelitian yang berbeda oleh Indrani (2018) dan Mustika (2017) yang menunjukkan bahwa *Capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*. Juga penelitian yang dilakukan oleh Fajar dan Naniek (2015) yang menyimpulkan *Capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak, yang mengartikan bahwa besarnya aset tetap menandakan perusahaan tidak melakukan *Tax Aggressiveness*.

Faktor lainnya yang diduga dapat memengaruhi agresivitas pajak adalah *corporate social responsibility*. Kesadaran perusahaan untuk melaksanakan CSR dalam kegiatan operasinya berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Jika perusahaan semakin menyadari pentingnya CSR, maka perusahaan akan semakin menyadari betapa pentingnya kontribusi perusahaan, dalam membayar pajak, bagi masyarakat umum, (Mustika, 2017).

Berdasarkan konsep CSR, perusahaan perlu memerhatikan tiga aspek *triple bottom line* yaitu aspek lingkungan, aspek sosial dan aspek ekonomi. Aspek yang paling penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah aspek ekonomi karena perusahaan harus menjaga kondisi keuangannya dengan baik, perusahaan juga dituntut untuk

memberikan kontribusi dari laba yang diperolehnya, misalkan dengan memberikan donasi terhadap masyarakat, memberikan kompensasi terhadap karyawannya dan membayar pajak untuk negara. Setiap rupiah jumlah pajak yang dibayarkan, dapat memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan hidup masyarakat. Kontribusi pajak bagi masyarakat dapat berupa pembangunan infrastruktur, fasilitas publik, ataupun subsidi pendidikan dan kesehatan.

Motivasi penelitian ini dilakukan dikarenakan adanya perbedaan dari penelitian sebelumnya sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengangkat kembali topik mengenai agresivitas pajak. Selain itu, agresivitas pajak merupakan permasalahan yang sangat unik untuk dikaji, karena agresivitas pajak merupakan kegiatan yang bertentangan dengan pemerintah yang mampu mengurangi pendapatan negara, tetapi disisi lain agresivitas pajak dapat dilakukan dengan tidak melanggar undang-undang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis bermaksud mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul Pengaruh *Inventory Intensity*, *Capital Intensity*, Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak.

#### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *inventory intensity*, *capital intensity*, dan *corporate*

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

- social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *inventory intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
  3. Apakah *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
  4. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

#### Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *inventory intensity*, *capital intensity* dan *corporate social responsibility* secara simultan terhadap agresivitas pajak.
2. Untuk mengetahui pengaruh *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak.
3. Untuk mengetahui pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak.
4. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

#### Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menambah pemahaman dalam dunia perpajakan dan mengaplikasikan teori perpajakan yang diperoleh di bangku perkuliahan, sehingga dapat diaplikasikan dalam kehidupan bermasyarakat.
  - b. Bagi penelitian selanjutnya, hasil dari penelitian ini

diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur dan memunculkan ide dan gagasan baru untuk penelitian selanjutnya sehubungan dengan *Inventory Intensity*, *Capital Intensity*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun tindakan agresivitas pajak.

- c. Bagi penguji, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah motivasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bidang perpajakan, dengan membuat jurnal penelitian yang lebih komprehensif lagi.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi perusahaan mengenai tindakan agresivitas pajak agar terhindar dari tindakan tersebut dan tidak terkena sanksi perpajakan.
  - b. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagaimana manajemen perusahaan mengambil kebijakan terkait dengan perpajakan. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dalam pengambilan kebijakan perpajakan di masa yang akan datang.

#### TINJAUAN PUSTAKA

##### Landasan teori

Teori merupakan salah satu konsep dasar penelitian sosial. Secara khusus, teori adalah seperangkat konsep, definisi dan

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

proposisi yang berusaha menjelaskan hubungan sistematis suatu fenomena, dengan cara memerinci hubungan sebab akibat yang terjadi (Sugiyono, 2017).

#### Teori Agensi (*Agency Theory*)

Penelitian ini menggunakan teori agensi, yang dimana definisi dari teori agensi menurut Jensen & Mecling (1976) adalah “Hubungan keagenan sebagai sebuah kontrak dimana satu pihak (prinsipal) memberikan mandat kepada pihak lain (agen) untuk bertindak atas nama prinsipal dengan mendelegasikan seberapa otoritas pengambilan keputusan. Teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen adalah pihak yang dipekerjakan oleh pemegang saham untuk membuat keputusan yang terbaik untuk perusahaan dan wajib mempertanggungjawabkan semua keputusan yang diambil (Jensen & Mecling, 1976).

#### Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan teori yang banyak digunakan dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Interaksi tersebut dimaksudkan agar perusahaan mendapatkan pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun lingkungan sekitar demi keberlangsungan hidup perusahaan. Mustika (2017) berpendapat bahwa teori legitimasi menjelaskan perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan yang di tentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap

batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi dituntut untuk peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik atau non fisik. Lebih ringkasnya untuk lebih meningkatkan keberadaan perusahaan, maka dibutuhkan pengungkapan kepada masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengenai eksistensi pemenuhan dan pengelolaan aspek lingkungan, sosial dan etika.

#### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang beralamat Gedung Bursa Efek Indonesia, Menara 1, Jl. Jend. Sudirman Kav 52-53 Jakarta, 12190. Objek penelitian tersebut digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan kepentingan

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

penelitian. Adapun waktu penelitian ini berlangsung pada bulan April 2021 sampai dengan Agustus 2021. Penelitian dimulai dengan persiapan, pendahuluan berupa penyusunan usulan penelitian, sidang usulan penelitian, perbaikan usulan penelitian, penyusunan data, analisis dan pengolahan data, penulisan laporan skripsi, bimbingan skripsi dan perbaikan skripsi.

#### Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:96) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

#### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:148) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2019.

Menurut Sugiyono (2017:149) sampel merupakan bagian dari populasi, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel

pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI, alasan memilih sektor manufaktur sektor barang konsumsi dikarenakan perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor sebab telah dibuktikan melalui daya tahan sektor manufaktur terutama ditopang oleh sektor konsumen yang tumbuh.

#### Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan teknik pengumpulan dokumenter, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan cara penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan pada data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan.

#### Metode analisis data

Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi data panel untuk mengukur pengaruh variabel independen dan variabel dependen yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program pengolahan data statistik yang dikenal dengan *EViews 9*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian Industri Barang Konsumsi

Industri barang konsumsi merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur yang ada di

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

Indonesia. Perusahaan di bidang sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat dan dikonsumsi secara berkala dengan subsektor yang beragam di antaranya subsektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dan yang terakhir peralatan rumah tangga. Seluruh subsektor yang ada pada industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang memproduksi produk-produk kebutuhan mendasar konsumen, seperti makanan, minuman, obat, daging, kosmetik dan produk peralatan rumah tangga.

#### Uji Asumsi Klasik

Pengujian prasyarat analisis dilakukan dengan uji asumsi klasik untuk mengetahui kondisi data sehingga dapat ditentukan model analisis yang paling tepat digunakan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

#### Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memiliki distribusi data yang normal. Untuk menguji normalitas data menggunakan *eviews* ada dua cara, yaitu dengan menggunakan histogram dan uji Jarque-bera.

#### Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan yang sempurna antar variabel independen dalam model

regresi atau dapat juga dikatakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Menurut Gujarati (2016), jika koefisien korelasi antar variabel bebas  $> 0,8$  maka dapat disimpulkan bahwa model mengalami masalah multikolinieritas. Sebaliknya, koefisien korelasi  $< 0,8$  maka model bebas dari multikolinieritas.

#### Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika *variance* tidak konstan atau berubah disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Menurut Algifari (2010:88) konsekuensi dari adanya autokorelasi dalam suatu model regresi adalah varian sampel tidak dapat menjelaskan varian populasinya.

#### Model Regresi Data Panel

##### *Common Effect*

Pendekatan model *common effect* ini mengasumsikan bahwa intersep dan *slope* yaitu tetap sepanjang waktu dan individu, kemudian adanya perbedaan intersep dan *slope* diasumsikan akan dijelaskan oleh variabel gangguan

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

(*error* atau residual).

#### *Fixed Effect Model*

Pendekatan model *fixed effect* tidak memperhatikan dari dimensi waktu ataupun dimensi individu. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu.

#### *Random Effect*

Pendekatan model *random effect* didasarkan adanya perbedaan antara intersep dan slope sebagai akibat adanya perbedaan antara individu atau obyek.

#### Pemilihan Model Regresi

Model regresi data panel harus dilakukan pengujian untuk memilih model regresi yang tepat digunakan dalam penelitian. Pengujian model regresi yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi:

#### Uji Chow

Pengujian ini dilakukan untuk memilih model yang paling tepat untuk digunakan antara estimasi model *common effect* maupun estimasi model *fixed effect*.

#### Uji Hausman

Setelah dilakukannya uji Chow dengan hasil yang menunjukkan bahwa *common effect model* adalah model yang tepat untuk regresi data panel, maka selanjutnya dilakukan uji Hausman.

#### Uji *Lagrange Multiplier* (Uji LM)

Uji *Lagrange Multiplier* untuk memilih apakah model

*Common Effect* atau *Random Effect* yang lebih tepat digunakan dalam model persamaan regresi data panel.

#### Kesimpulan Model

Berdasarkan pengujian di atas, *Random Effect Model* telah terpilih 2 (dua) kali, yaitu pada Hausman test dan Lagrange Multiplier (LM) test. Sedangkan *Common Effect Model* hanya terpilih pada Chow test. Sementara itu, *Fixed Effect Model* pada pengujian tidak terpilih sama sekali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari ketiga model (*Common Effect Model*, *Fix Effect Model* dan *Random Effect Model*), *Random Effect Model* lebih baik dalam menginterpretasikan regresi data panel untuk menjawab penelitian ini.

#### Hasil Analisis Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini menggunakan *random effect model* dalam menginterpretasikan regresi data panel untuk menjawab penelitian ini.

#### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi *random effect model* dimana pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dan secara parsial, berikut ini adalah pengujian hipotesis simultan dan parsial.

#### Uji Hipotesis Simultan

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat probabilitas *p-value*.

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

### Uji Hipotesis Parsial

Uji *t* digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

### Pembahasan

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

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory Intensity*, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0.047087 maka H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan *Inventory Intensity*, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019.

Pengaruh *Inventory intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory intensity* mempunyai nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0.8841, maka H2 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019.

Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Capital intensity* mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05

yaitu sebesar 0.6689, maka hipotesis ketiga ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0.0075, maka hipotesis keempat diterima. Sehingga dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan *Inventory Intensity*, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probabilitas  $0.047087 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusannya untuk membuat beban pajak yang dibayar menjadi rendah melalui

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

tarif pajak efektif perusahaan.

2. Secara parsial *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability  $0.8841 > 0,05$ . Artinya *Inventory Intensity* tidak terbukti mengakibatkan perusahaan agresiv terhadap pajak.
3. Secara parsial *Capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability  $0.6689 > 0,05$ . Artinya *capital intensity* tidak terbukti mengakibatkan perusahaan agresiv terhadap pajak.

Secara parsial *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability  $0.0075 < 0,05$ . Artinya pengungkapan CSR yang besar dari perusahaan terbukti menjadikan perusahaan agresiv terhadap pajak.

## DAFTAR PUSTAKA

Ardiyansah. (2015). Pengaruh Size, *Leverage*, Profitability, *Capital Intensity* Ratio dan Komissaris Independen Terhadap *Efektive Tax Rate* (ETR). (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Selama 2010-2012). *The Ist Accounting And Busines, Faculty Of Economic*

*University Of Difonegoro, Semarang*

Ghozali, I (2016). Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EVIEWS 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gujarati, D. N. (2016). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Buku II. Edisi Kelima. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Hidayat, A. T., & Fitria, E. F. (2018). Pengaruh *Capital Intensity*, *Inventory Intensity*, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Eksis*, 13(2), 157–168.

Mustika, (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Capital Intensity* Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Dan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *JOM FEB*. 1(2).

Pratiwi, D.S. (2018). Pengaruh *Leverage*, Manajemen Laba, *Capital Intensity* dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak, *JOM FEB*, 1(1).

PSAK No.46 *Tentang Akuntansi Pajak Penghasilan per 26*

Putri, C.L., & Lautania, M.F. (2016), Pengaruh *Capital Intensity* Ratio, *Inventory Intensity* Ratio, Ownership Strucutre Dan Profitability Terhadap Effective Tax Rate (ETR)

\* Corresponding author's e-mail: [villanjr815@gmail.com](mailto:villanjr815@gmail.com)

(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 -2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*. 1(1), 101-119.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suwardjono. (2014). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan, edisi ketiga cetakan ke delapan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 *Tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan*

Widya, A., Yulianti, E., Oktapiani, M., Jannah, M., & Prasetya, E. R. (2020). Pengaruh Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance. *PROSIDING WEBINAR “Insentif Pajak Untuk WP Terdampak Covid-19” Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang*, 1(1), 89–99.

Wicaksono, A. P. (2017). Koneksi Politik dan Agresivitas Pajak: Fenomena di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (1)*, 176 – 180.