

DETERMINAN AGRESIVITAS PAJAK DAN PERAN MODERASI *CORPORATE RISK* MANAGEMENT**Katarina Romasdikta Mogi¹ dan Musviyanti^{2*}**^{1,2}Universitas MulawarmanEmail: musviyanti@feb.unmul.ac.id^{2*}

*Corresponding author

DOI: <https://doi.org/10.35145/bilancia.v10i3.6138>

Received: 14/09/2026, Revised: 26/09/2026, Accepted: 30/09/2026

ABSTRACT

Efforts to reduce tax burdens through legal or illegal means are known as tax aggressiveness. The purpose of this study is to investigate the role of CRM as a moderating variable and to analyze the impact of CSR, leverage, profitability, and capital intensity on tax aggressiveness. This study employs a quantitative methodology, using a sample of 32 non-cyclical consumer companies listed on the IDX between 2022-2024. These companies were selected through purposive sampling, and moderation regression analysis was conducted using SPSS 25 software. Research findings show that tax aggressiveness is significantly influenced by CSR. Leverage, profitability, and capital intensity, on the other hand, have no effect. Only the relationship between CSR and tax aggressiveness can be moderated by CRM. However, CRM is unable to moderate the other factors. With an R-square value of 0.155, each variable has a significant impact simultaneously. This indicates that 15.5% of tax aggressiveness can be explained by the research variables, while other external factors contribute 84.5%. Additional variables, a longer research period, and the use of CETR measurement are recommendations for future research.

Keywords: CSR, leverage, profitability, capital intensity, tax aggressiveness, CRM

DETERMINAN AGRESIVITAS PAJAK DAN PERAN MODERASI MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN**ABSTRAK**

Upaya untuk mengurangi beban pajak melalui cara legal atau ilegal dikenal sebagai agresivitas pajak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki peran CRM sebagai variabel moderasi dan untuk menganalisis dampak CSR, *leverage*, profitabilitas, dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, dengan menggunakan sampel 32 perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di IDX antara tahun 2022-2024. Perusahaan-perusahaan tersebut dipilih melalui purposive sampling, dan dianalisis regresi moderasi dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 25. Temuan penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak secara signifikan dipengaruhi oleh CSR. *Leverage*, profitabilitas, dan *capital intensity*, di sisi lain, tidak memiliki pengaruh. Hanya hubungan antara CSR dan agresivitas pajak yang dapat dimoderasi oleh CRM. Namun, CRM tidak mampu memoderasi faktor-faktor lainnya. Dengan nilai *R-square* sebesar 0,155, setiap variabel memiliki dampak yang signifikan secara bersamaan. Ini menunjukkan bahwa 15,5% agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel penelitian, sementara faktor eksternal lainnya menyumbang 84,5%. Variabel tambahan, periode penelitian yang lebih panjang, dan penggunaan pengukuran CETR adalah rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: CSR, *leverage*, profitabilitas, *capital intensity*, agresivitas pajak, CRM

PENDAHULUAN

Sebagai sumber pendapatan utama negara, pajak sangat penting untuk membiayai berbagai kebutuhan, khususnya yang terkait dengan pengalokasian anggaran negara untuk kepentingan publik dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Aulya & Jelanti, 2025). Komponen penting dari perekonomian Indonesia adalah pendapatan pajak. Pendapatan dari sektor pajak lebih tinggi daripada pendapatan dari sektor penerimaan lainnya (non-pajak) dalam bagian Pendapatan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Realisasi perbandingan penerimaan negara dari pajak dan sumber non-pajak, pendapatan pajak menunjukkan peningkatan selama periode 2020 hingga 2024, dari Rp1.285.136,32 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp2.309.859,80 miliar pada tahun 2024. Sementara itu, pendapatan non-pajak meningkat dari tahun 2020 hingga tahun 2022, kemudian menurun pada tahun 2023 dan 2024.

Besarnya andil pajak dalam pemasukan negara, sehingga pemerintah merumuskan berbagai kebijakan dan standarisasi yang mengatur agar penerimaan pajak dapat meningkat setiap tahunnya. Disamping berbagai peraturan yang dirumuskan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan pajak, wajib pajak cenderung untuk meminimalisir biaya yang harus dikeluarkan dalam membayar pajak, tidak terkecuali wajib pajak badan atau perusahaan yang berupaya untuk meminimalisir beban pajaknya dengan mencari celah untuk mengurangi pembayaran pajak dan tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan.

Tujuan dari tindakan pajak agresif adalah untuk memanipulasi keuntungan kena pajak suatu bisnis melalui perencanaan pajak, baik melalui cara legal (penghindaran pajak) maupun ilegal (penggelapan pajak) (Burhanudin & Kodriyah, 2023). Fokus dari agresivitas pajak dalam penelitian ini terutama pada penghindaran pajak. Ada konflik kepentingan antara wajib pajak, dan pemerintah, yang mengarah pada agresivitas pajak.

Karena dampaknya yang langsung terhadap pendapatan negara, agresivitas pajak menjadi penting. Menutup celah penghindaran pajak yang disebabkan oleh perusahaan besar yang melaporkan pajak relatif rendah merupakan tantangan besar bagi pemerintah (Wahab et al., 2025). Agresivitas pajak kini menjadi isu struktural dalam tata kelola perusahaan, bukan hanya isu teknis. Praktik penghindaran pajak dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam pendapatan negara dan merusak kepercayaan publik terhadap keadilan sistem perpajakan, meskipun perencanaan pajak legal.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, yang diduga melakukan praktik penghindaran pajak, khususnya treaty shopping melalui anak perusahaannya Comfeed Trading BV di Belanda. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengajukan Peninjauan Kembali (PK) sebagai tanggapan terhadap putusan pengadilan pajak yang menyatakan tunggakan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk bernilai nol. Permohonan peninjauan kembali Direktorat Jenderal Pajak (DJP) disetujui melalui Putusan Mahkamah Agung Nomor 2666/B/PK/Pjk/2020. Menurut putusan tersebut, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk harus membayar kekurangan pajak sebesar lebih dari Rp 23.944 miliar (Aulya & Jelanti, 2025).

Kesediaan sebuah perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab dengan mempertimbangkan faktor sosial, lingkungan, dan tata kelola, termasuk kepatuhan pajak, tercermin dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Pryangan & Hepriansyah, 2026). Bisnis dengan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang rendah tidak memiliki kesadaran sosial dan akan mengambil langkah-langkah perencanaan pajak yang lebih agresif dibandingkan bisnis dengan tingkat CSR yang lebih tinggi.

Karena komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan transparansi tercermin dalam pengungkapan CSR yang tinggi, agresivitas pajak cenderung menurun seiring bisnis menjadi lebih berhati-hati saat membuat keputusan yang dapat membahayakan reputasi dan kelangsungan usaha. Karena CSR mendorong bisnis untuk bertindak lebih terbuka dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, hal ini dapat membantu mengurangi konflik kepentingan. Sejumlah penelitian mendukung pandangan tersebut, penelitian Hajawiyah et al. (2022), Hasan (2022), Wulandari et al. (2024) dan Pryangan & Hepriansyah (2026) menemukan bahwa CSR memiliki dampak negatif terhadap agresivitas pajak, menunjukkan bahwa komitmen perusahaan terhadap etika dan tanggung jawab sosial biasanya tercermin dalam pelaksanaan CSR yang efektif, yang dapat mengurangi kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam agresivitas pajak.

Agresivitas pajak juga dapat dipengaruhi oleh leverage. Persentase dana yang diberikan oleh pihak ketiga dikenal sebagai leverage. Jika sebuah perusahaan memiliki utang dari pihak ketiga, perusahaan tersebut harus membayar bunga, yang dapat menurunkan penghasilan kena pajaknya. Biaya bunga yang tinggi dapat memberikan manajemen kesempatan untuk mengurangi kewajiban pajak (Syarif, 2022). Sehingga berpotensi terjadinya praktik agresivitas pajak. Penelitian Syarif (2022) menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage*, maka semakin tinggi tingkat agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Namun penelitian Burhanudin & Kodriyah (2023), Sembiring (2022) dan Ronald & Jehadun (2021) menunjukkan hasil yang bertolak belakang dimana *leverage* tidak memengaruhi agresivitas pajak.

Kemampuan bisnis untuk menghasilkan uang dari operasinya dikenal sebagai profitabilitas. Sidiq & Adji (2023) mengklaim bahwa kinerja keuangan, yang diukur dengan profitabilitas, juga memiliki dampak pada agresivitas pajak. Karena pendapatan dan pajak sebuah perusahaan saling berkorelasi secara langsung, semakin menguntungkan perusahaan tersebut, semakin besar pajak yang harus dibayarkan (Trisanti & Aisyaturrahmi,

2023). Oleh karena itu, perusahaan dapat melakukan tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajer sebanding dengan keuntungan yang diperoleh. Profitabilitas mempengaruhi agresivitas pajak, menurut penelitian Hasan (2022), Sidiq & Adji (2023), Soumokil & Yanti (2024) dan Mustofa *et al.* (2021). Sementara itu, profitabilitas tidak berpengaruh pada agresivitas pajak, menurut temuan penelitian Khan & Tjaraka (2024) dan (Rahmi & Solohati, 2025).

Jumlah uang yang diinvestasikan sebuah bisnis dalam aset tetap disebut sebagai *capital intensity*. Penyusutan aset tetap ini dapat mengakibatkan biaya bagi bisnis (Lestari, 2021). Beban pajak yang dibayarkan dapat dikurangi dengan menggunakan biaya depresiasi aset tetap untuk menurunkan penghasilan kena pajak. Hal ini dapat mendorong praktik pajak agresif dengan memberikan kesempatan bagi bisnis untuk mengalokasikan dana mereka ke aset tetap guna memperoleh manfaat pajak melalui biaya depresiasi. Dengan demikian, studi oleh Suryarini *et al.* (2021), Lestari (2021) dan Syarif (2022) menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan meningkat seiring dengan *capital intensity*. Namun, penelitian oleh Diviariesty & Cahyani (2024), Nisadiyanti & Yuliandhari (2021) dan Efrinal & Chandra (2021) menunjukkan hasil yang bertentangan di mana intensitas modal tidak mempengaruhi agresivitas pajak.

Terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi, khususnya pada sektor konsumen non-siklis, dan temuan yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya tentang dampak intensitas modal, profitabilitas, *leverage*, dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak menunjukkan bahwa agresivitas pajak masih merupakan topik yang kompleks yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena memasukkan manajemen risiko perusahaan sebagai variabel moderasi untuk membuat hubungan antar variabel menjadi lebih jelas.

Corporate Risk Management dijadikan variabel moderasi karena berperan dalam mengawasi, mengendalikan, dan mengelola berbagai risiko yang timbul dari aktivitas perusahaan, termasuk risiko perpajakan. Keberadaan manajemen risiko yang efektif dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor-faktor internal perusahaan terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan.

Hasil penelitian diharapkan mencerminkan keadaan terkini karena periode penelitian, yaitu 2022–2024, memungkinkan analisis terhadap tren saat ini dan dampak perubahan peraturan perpajakan. Mengingat sedikitnya penelitian yang meneliti pengaruh *capital intensity*, profitabilitas, *leverage*, dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan manajemen risiko perusahaan sebagai variabel moderasi pada sektor konsumen non-siklikal, fokus penelitian pada sektor industri konsumen non-siklikal menawarkan sudut pandang yang baru. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini akan menutup kesenjangan dalam literatur yang ada dan menawarkan wawasan yang lebih mendalam.

Perusahaan di sektor konsumen non-siklikal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dijadikan sebagai objek penelitian. Item ini dipilih karena bisnis di sektor konsumen non-siklikal memproduksi dan menyediakan barang-barang dasar atau kebutuhan sehari-hari, sehingga permintaan terhadap produk tersebut tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi. Hal ini didukung oleh pernyataan Utami (2020) bahwa sektor konsumen non-siklikal adalah sektor defensif yang dapat bertahan dalam krisis dan bahwa keuntungannya biasanya stabil. Oleh karena itu, memahami agresivitas pajak di industri ini sangat penting.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana agresivitas pajak dipengaruhi oleh tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), *leverage*, profitabilitas, dan *capital intensity*. Selain itu, penelitian ini akan meneliti bagaimana manajemen risiko perusahaan (CRM) memengaruhi kekuatan atau kelemahan hubungan antara variabel independen dan dependen. Karena agresivitas pajak memengaruhi pendapatan negara dan mencerminkan strategi manajemen pajak perusahaan yang berisiko. Diharapkan temuan penelitian ini akan membantu perusahaan dan regulator dalam menciptakan praktik perpajakan yang lebih berkelanjutan dan transparan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi, menurut Jensen & Meckling (1976) adalah kontrak antara pemilik bisnis dan manajer yang memberikan wewenang untuk membuat keputusan bisnis. Hubungan antara prinsipal dan agen dijelaskan oleh teori keagenan. Implikasi teori agensi mengenai agresivitas adalah bahwa perusahaan, yang bertindak sebagai agen, dan pemerintah (otoritas pajak), yang bertindak sebagai prinsipal, memiliki kepentingan yang berbeda dalam hal membayar pajak. Perusahaan berusaha membayar pajak sesedikit mungkin, tetapi pemerintah ingin meningkatkan sumber pendapatan negara, yang meliputi pajak. Akibatnya, ada konflik kepentingan yang mendorong agen untuk membayar pajak sesedikit mungkin (Dewi & Nustini, 2024).

Menurut teori agensi, pemerintah, yang bertindak sebagai prinsipal, memberikan perusahaan, yang bertindak sebagai agen, tanggung jawab untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang relevan. Ada konflik kepentingan karena perusahaan biasanya ingin mengurangi beban pajak untuk meningkatkan keuntungan, sementara pemerintah ingin memaksimalkan penerimaan pajak. Bisnis didorong untuk bertindak agresif terkait pajak karena adanya konflik kepentingan ini. Faktor internal perusahaan, termasuk *capital intensity*, profitabilitas, *leverage*, dan tanggung jawab sosial perusahaan, dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Namun, manajemen risiko dapat digunakan untuk membatasi agresivitas pajak. Perusahaan akan membuat keputusan yang

lebih hati-hati jika manajemen risiko diterapkan dengan lebih sukses. Oleh karena itu, hubungan antara faktor internal perusahaan dan tindakan agresivitas pajak dapat dipengaruhi oleh manajemen risiko perusahaan sebagai variabel moderasi.

Agresivitas pajak

Tujuan dari agresivitas pajak adalah untuk mengurangi penghasilan kena pajak suatu bisnis melalui perencanaan pajak yang legal (penghindaran pajak) dan ilegal (penggelapan pajak) (Hanum & Faradila, 2022). Tujuan dari tindakan agresivitas pajak ini adalah untuk meminimalkan beban pajak. ETR digunakan untuk mengukur agresivitas pajak.

Corporate Social Responsibility

Kewajiban perusahaan kepada para pemangku kepentingannya dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, atau CSR. Perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk mempertahankan kelangsungan usaha dengan memperoleh legitimasi positif dari publik (Putra & Dwi, 2020). CSR terkait dengan kepatuhan pajak selain sebagai sarana untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat. Salah satu cara perusahaan dapat berkontribusi sosial adalah dengan patuh membayar pajak (Pryangan & Hepriansyah, 2026).

Leverage

Leverage adalah proses di mana sebuah perusahaan menggunakan uang pinjaman dalam bentuk utang sebagai sumber pendanaan untuk menambah asetnya dan menghasilkan atau meningkatkan keuntungan dari uang pinjaman tersebut (Dewi & Nustini, 2024). Perusahaan yang punya banyak utang akan membayar lebih banyak bunga ke kreditor, yang bisa mengurangi pajaknya.

Profitabilitas

Kapasitas sebuah perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dikenal sebagai profitabilitas. Profitabilitas adalah ukuran seberapa baik manajemen telah mengelola kekayaan perusahaan, yang ditentukan oleh keuntungan (Diviariesty & Cahyani, 2024). Beban pajak dipengaruhi oleh profitabilitas bisnis dengan keuntungan lebih tinggi akan membayar pajak besar, sementara yang dengan keuntungan lebih rendah akan membayar lebih sedikit atau mungkin tidak sama sekali jika mengalami kerugian.

Capital intensity

Jumlah uang yang diinvestasikan perusahaan dalam aset tetap dikenal sebagai *capital intensity* (Suryarini *et al.*, 2021). Jumlah uang yang diinvestasikan untuk pembiayaan aset dan biaya operasional guna meningkatkan keuntungan di sebut *capital intensity*. Biaya depresiasi yang terkait dengan aset tetap dapat dikurangkan dari pendapatan saat menghitung pajak.

Manajemen Risiko

Proses mengidentifikasi, mengendalikan, dan mengurangi risiko operasional dan keuangan bisnis melalui penilaian risiko dan pengembangan strategi dikenal sebagai manajemen risiko (Varga *et al.*, 2021). Menghindari risiko, mengurangi efek merugikannya, atau menyerap sebagian atau seluruh konsekuensinya adalah beberapa strategi manajemen risiko yang dapat digunakan.

Pengembangan hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Agresivitas Pajak

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, atau CSR, adalah jenis etika dan akuntabilitas perusahaan untuk semua operasi bisnis. Teori agensi menyatakan bahwa manajemen mungkin terdorong untuk mengambil tindakan oportunistik, seperti agresivitas pajak, karena adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen. Transparansi, etika, dan tanggung jawab sosial biasanya menjadi prioritas utama bagi perusahaan yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial tinggi. Perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR tinggi biasanya menghindari praktik pajak agresif karena pajak adalah salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (Pryangan & Hepriansyah, 2026).

Menurut studi sebelumnya oleh Hajawiyah *et al.* (2022), Hasan (2022), dan Wulandari *et al.* (2024) agresivitas pajak dipengaruhi secara negatif oleh CSR. Kecenderungan suatu perusahaan untuk terlibat dalam agresivitas pajak menurun seiring meningkatnya pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan dianggap memiliki tingkat kesadaran tanggung jawab yang tinggi jika pengungkapan CSRnya lebih luas. Hal ini dapat mendorong perusahaan untuk menghindari agresivitas pajak. Akibatnya, perusahaan yang banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial korporatnya biasanya kurang agresif dalam hal pajak. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis pertama yang dapat diajukan adalah:

H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage adalah proses di mana sebuah bisnis menggunakan uang pinjaman dalam bentuk utang sebagai sumber pendanaan untuk mengembangkan asetnya dan menghasilkan lebih banyak uang dari uang pinjaman tersebut. (Dewi & Nustini, 2024). Menurut teori agensi, konflik kepentingan dapat timbul dari hubungan antara pihak yang memberikan wewenang (prinsipal) dan pihak yang menerima wewenang (agen) (Dewi & Nustini, 2024). Akibatnya, manajemen memiliki opsi untuk menggunakan utang sebagai sumber pendanaan karena telah diberikan wewenang.

Utang perusahaan akan menimbulkan biaya bunga. Jumlah bunga yang harus dibayar bisnis akan meningkat seiring dengan utangnya, dan biaya bunga yang tinggi berpotensi menurunkan keuntungan. Beban pajak perusahaan bisa berkurang akibat penurunan keuntungan ini. Dapat diasumsikan bahwa beban pajak perusahaan akan turun seiring meningkatnya penggunaan utangnya. Jadi, tingkat agresivitas pajak perusahaan meningkat seiring dengan kecenderungannya menggunakan utang sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Syarif (2022), yang menunjukkan bahwa agresivitas pajak dipengaruhi secara positif oleh *leverage*. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis kedua yang dapat diajukan adalah:

H2: *Leverage* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Rasio yang disebut profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu bisnis dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan uang dari penjualan, ekuitas, atau aset tetap. Menurut teori agensi, manajer didorong untuk bertindak oportunistik untuk mengurangi beban pajak sehingga keuntungan akhir lebih tinggi, termasuk dengan melakukan penghindaran pajak agresif, karena pemungut pajak dan wajib pajak (perusahaan) memiliki kepentingan yang berbeda (Dewi & Nustini, 2024). Oleh karena itu, dalam upaya untuk mengurangi kewajiban pajak, manajer dapat menjadi agresif karena profitabilitas yang tinggi. Penelitian sebelumnya oleh Sidiq & Adji (2023) dan Burhanudin & Kodriyah (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, mendukung hal ini. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis ketiga yang dapat diajukan adalah:

H3: Profitabilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Capital Intensity terhadap Agresivitas pajak

Aktivitas investasi perusahaan yang terkait dengan investasi aset tetap dikenal sebagai *capital intensity*. Menurut teori agensi, biaya agensi akan muncul sebagai akibat dari kepentingan yang berbeda antara otoritas pajak dan wajib pajak (perusahaan) (Dewi & Nustini, 2024). Manajer akan bertindak secara oportunistik dalam mengalokasikan dana perusahaan untuk diinvestasikan dalam aset tetap dengan tujuan memperoleh keuntungan dan menggunakan depresiasi sebagai pengurangan pajak karena ada wewenang yang diberikan. Penelitian sebelumnya oleh Suryarini *et al.* (2021), Lestari (2021) dan Syarif (2022) yang menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis keempat yang dapat diajukan adalah:

H4: *Capital Intensity* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh Corporate Risk Management dalam Memoderasi Hubungan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak

Salah satu metode untuk memantau dan mengendalikan setiap risiko dalam sebuah bisnis adalah manajemen risiko. Manajemen risiko dapat mempertimbangkan kepentingan yang berbeda antara prinsipal dan agen, menurut teori agensi. Para peneliti menduga bahwa manajemen risiko perusahaan akan berdampak pada hubungan antara CSR dan agresivitas pajak. Perusahaan yang berhasil mengelola risiko cenderung lebih kecil kemungkinannya untuk melakukan tindakan agresif dalam hal pajak. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi risiko yang terkait dengan praktik pajak agresif, termasuk risiko yang mungkin timbul jika kegiatan CSR digunakan untuk penghematan pajak, dengan menerapkan manajemen risiko secara efektif. Menurut temuan penelitian Hajawiyah *et al.* (2022) manajemen risiko memperkuat pengaruh negatif CSR terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko akan meningkatkan efektivitas komitmen CSR untuk mengurangi tindakan agresivitas pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa:

H5: *Corporate Risk Management* Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Corporate Risk Management dalam Memoderasi Hubungan Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Salah satu teknik pengawasan yang digunakan untuk mengawasi dan mengelola setiap risiko dalam bisnis adalah manajemen risiko. Teori agensi menyatakan bahwa memberikan lebih banyak kekuasaan kepada manajer mengakibatkan asimetri informasi, yang menimbulkan konflik (Dewi & Nustini, 2024). Menggunakan biaya bunga untuk menurunkan pendapatan yang dikenai pajak adalah salah satu cara manajer melakukan perilaku

oportunistik manajer sehingga dapat meningkatkan tindakan agresivitas pajak. Namun demikian, bisnis dengan sistem manajemen risiko yang efisien biasanya mampu mengenali dan mengelola risiko internal yang timbul dari agresivitas pajak. Kecenderungan suatu perusahaan untuk menggunakan tingkat utang yang tinggi guna menurunkan pembayaran pajak akan dipengaruhi oleh manajemen risiko perusahaan. Manajemen risiko perusahaan dianggap dapat mengurangi korelasi antara *leverage* dan agresivitas pajak karena tindakan yang berpotensi merugikan bisnis akan sebagian besar dihindari. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa:

H6: Corporate Risk Management Memoderasi Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

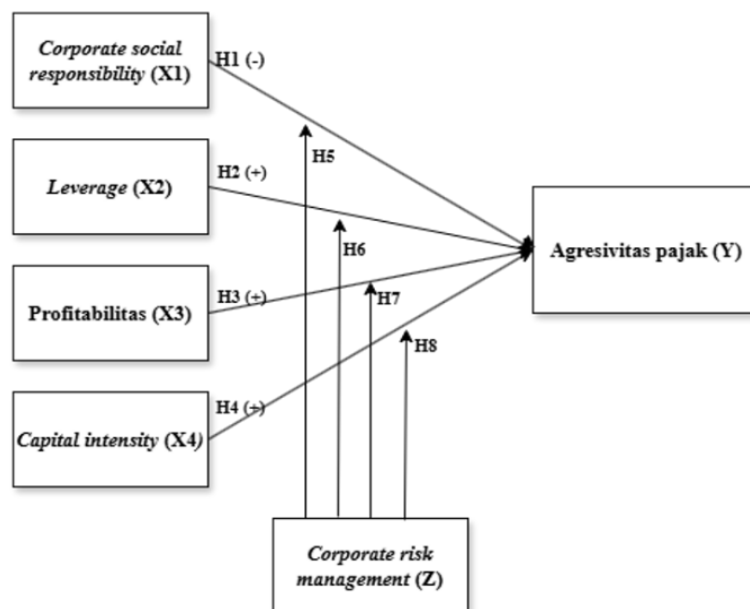
Salah satu metode untuk memantau dan mengendalikan setiap risiko dalam bisnis adalah manajemen risiko. Teori agen menyatakan bahwa memberikan kekuasaan lebih kepada manajer akan menyebabkan perilaku oportunistik, seperti memanfaatkan laba tinggi untuk bertindak agresif guna mengurangi beban pajak. Kecenderungan perusahaan untuk menggunakan laba besar sebagai pembenaran penghindaran pajak akan dipengaruhi oleh manajemen risiko perusahaan. Manajemen risiko perusahaan diyakini dapat melemahkan hubungan antara profitabilitas dan agresivitas pajak karena perusahaan dengan manajemen risiko yang kuat biasanya menghindari aktivitas yang berisiko. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa:

H7: Corporate risk management memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak

Salah satu metode untuk mengawasi dan mengontrol setiap risiko dalam bisnis adalah manajemen risiko. Kewenangan yang diberikan memungkinkan manajer menggunakan aset tetap perusahaan untuk menurunkan laba kena pajak, menurut teori agensi. Manajer memiliki lebih banyak fleksibilitas untuk terlibat dalam agresivitas pajak melalui biaya depresiasi ketika terdapat lebih banyak aset tetap. Manajemen risiko yang kuat, akan membuat manajer lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan. Kecenderungan manajer untuk menggunakan aset tetap perusahaan untuk agresivitas pajak akan dipengaruhi oleh manajemen risiko perusahaan. Manajemen risiko perusahaan dianggap melemahkan hubungan antara *capital intensity* dan agresivitas pajak karena perusahaan dengan sistem manajemen risiko yang kuat cenderung menghindari praktik-praktik yang dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa:

H8: *Corporate Risk Management* Memoderasi Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis dan Objek penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif Untuk menilai secara objektif hubungan antara variabel independen dan dependen. Objek penelitian berfokus pada perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti sebagai sasaran penelitian untuk dianalisis dan digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah 128 perusahaan sektor konsumen non-siklikal yang terdaftar di BEI pada tahun 2022-2024. Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu sehingga dapat mewakili populasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang berarti peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam memilih atau menentukan sampel untuk tujuan tertentu.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka, dan analisis menggunakan statistik serta data deret waktu selama tiga tahun pengamatan, yaitu 2022–2024. Data dikumpulkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs web perusahaan. Berdasarkan proses seleksi sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, diperoleh 32 perusahaan yang memenuhi syarat sebagai sampel penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclical</i> s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berturut-turut selama periode 2022-2024.	128
2.	Memiliki data lengkap terkait variabel yang diteliti, yaitu menerbitkan laporan keberlanjutan berdasarkan GRI 2021, tidak mengalami suspensi selama periode penelitian, laporan keuangan dan laporan tahunan	(65)
3.	Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode 2022-2024. Perusahaan rugi dikeluarkan dari sampel karena pajak penghasilan dikenakan pada laba yang diperoleh oleh perusahaan dan laba perusahaan juga digunakan untuk menghitung variabel dalam penelitian ini.	(31)
Jumlah sampel		32
Jumlah tahun pengamatan		3
Jumlah data amatan (32 x 3)		96

S

Definisi operasional dan pengukuran variabel

Tabel 3. Operasional dan pengukuran variabel

	Definisi	Pengukuran	Skala
Agresivitas pajak (Y)	Perusahaan yang menggunakan metode legal, ilegal, atau keduanya untuk mengurangi kewajiban pajaknya dikatakan melakukan agresivitas pajak.	$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$	Rasio
<i>Corporate social responsibility</i> (X1)	tanggung jawab sosial perusahaan adalah mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi ekonomi suatu bisnis terhadap masyarakat.	$CSR\ Disclosure = \frac{\sum X}{n}$	Rasio
<i>Leverage</i> (X2)	<i>leverage</i> adalah rasio utang perusahaan terhadap total modalnya.	$DER = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Profitabilitas (X3)	Kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan uang dari seluruh asetnya disebut profitabilitas.	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}}$	Rasio

	Definisi	Pengukuran	Skala
<i>Capital intensity</i> (X4)	<i>Capital intensity</i> adalah Persentase aset perusahaan yang diinvestasikan dalam aset tetap	$CIR = \frac{\text{Total aset tetap}}{\text{Total aset}}$	Rasio
<i>Corporate risk management</i> (Z)	Manajemen risiko merupakan salah satu metode perusahaan untuk melacak dan mengendalikan risiko.	$ERM = \frac{\text{Total item diungkapkan}}{20}$	Rasio

Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan software IBM SPSS Statistics versi 25. Analisis data dimulai dengan statistik deskriptif, yang digunakan untuk memberikan gambaran tentang nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi untuk setiap variabel penelitian. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan yang diperlukan. Pengujian asumsi klasik terdiri dari: uji normalitas dengan metode One-Sample *Kolmogorov-Smirnov*, uji multikolinearitas berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*, dan uji autokorelasi dengan metode Durbin-Watson. Pengujian hipotesis berikutnya dilakukan menggunakan analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analysis/MRA) untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap agresivitas pajak serta peran variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Kelayakan model dan signifikansi pengaruh variabel independen serta variabel interaksi diuji melalui uji F dan uji t. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) diperiksa berdasarkan nilai Adjusted R-Square dan digunakan untuk mengukur kemampuan CSR, *leverage*, profitabilitas, *capital intensity*, serta variabel interaksi antara variabel independen dan CRM dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran keseluruhan data penelitian yang dapat dilihat melalui nilai rata-rata, deviasi standar, nilai maksimum, dan nilai minimum. Data amatan dalam penelitian ini berjumlah 96 data kemudian di outlier menggunakan boxplot dan ditemukan 8 data outlier.

Tabel 4. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Agresivitas pajak	88	0,14	0,35	0,2213	0,03235
CSR	88	0,12	1,00	0,4928	0,20360
Leverage	88	0,07	0,82	0,3340	0,16336
Profitabilitas	88	0,00	0,23	0,0926	0,04965
<i>Capital intensity</i>	88	0,00	0,72	0,3089	0,16361
CRM	88	0,70	0,95	0,8500	0,07915
Valid N (listwise)	88				

Sumber: Data Olahan (2026)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, Variabel agresivitas pajak memiliki nilai minimum 0,14 dan nilai maksimum 0,35, menurut temuan analisis statistik deskriptif. Deviasi standar variabel ini adalah 0,03235, dan nilai rata-ratanya adalah 0,2213. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai maksimum 1,00 dan nilai minimum 0,12. Dengan deviasi standar sebesar 0,20360, nilai rata-rata CSR adalah 0,4928. Selain itu, variabel leverage memiliki nilai rata-rata 0,3340 dan deviasi standar 0,16336, dengan nilai minimum 0,07 dan nilai maksimum 0,82. Nilai minimum dan maksimum variabel profitabilitas masing-masing adalah 0,00 dan 0,23. Nilai rata-rata profitabilitas tercatat sebesar 0,0926 dengan deviasi standar 0,04965. Sementara itu, intensitas modal memiliki nilai minimum 0,00 dan maksimum 0,72, dengan nilai rata-rata 0,3089 dan deviasi standar 0,16361. Adapun variabel manajemen risiko (CRM), memiliki nilai minimum 0,70 dan maksimum 0,95. Nilai rata-rata CRM adalah 0,8500 dengan deviasi standar 0,07915.

Uji Normalitas

Uji normalitas harus dilakukan untuk menentukan apakah data terdistribusi secara normal. Jika data yang digunakan dalam model regresi terdistribusi secara normal, seperti yang ditunjukkan oleh nilai Asymp.Sig. (2-tail) lebih besar dari 0,05, maka model dianggap baik.

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test (Sebelum outlier)

<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>		96
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,04762700
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,133
	<i>Positive</i>	0,133
	<i>Negative</i>	-0,103
<i>Test Statistic</i>		0,133
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,000 ^c

Sumber: Data Olahan (2026)

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,000 berdasarkan uji normalitas dalam Tabel 4.3, menunjukkan bahwa nilai tersebut berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal, sehingga digunakan boxplot untuk penyaringan outlier. Sebanyak delapan titik data outlier ditemukan sebagai hasilnya. Data yang menyimpang atau berbeda secara signifikan dari data lain yang diamati dikenal sebagai outlier. Data yang diamati yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 data setelah 8 outlier dihilangkan.

Tabel 6. Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test (Setelah Outlier)

<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>N</i>		88
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,02892566
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,059
	<i>Positive</i>	0,059
	<i>Negative</i>	-0,058
<i>Test Statistic</i>		0,059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan (2026)

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) berubah menjadi 0,200 setelah menghilangkan data ekstrem. Data ini terdistribusi secara normal dan cocok untuk uji analisis regresi karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih tinggi daripada nilai signifikansi 0,05.

Uji Multikolineritas

Untuk menentukan derajat hubungan antara variabel independen dalam model regresi, harus dilakukan uji multikolineritas karena penelitian ini mencakup beberapa variabel independen. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10, yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel independen, model tersebut dikatakan tidak menunjukkan multikolineritas.

Tabel 7. Uji Multikolineritas

<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	X1	0,902	1,108
	X2	0,822	1,216
	X3	0,865	1,156
	X4	0,988	1,012
	Z	0,947	1,056

Sumber: Data Olahan (2026)

Terlihat dari Tabel 7 di atas bahwa tidak ada multikolineritas dalam model regresi karena nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah varians residu dalam model regresi tidak sama, dilakukan pengujian heteroskedastisitas. Model regresi dengan varians residu konstan, atau yang tidak memiliki heteroskedastisitas, dianggap baik. Uji

Glejser digunakan dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan didasarkan pada pernyataan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05. Sebaliknya, model regresi menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 8. Uji Glejser

Table 6. OLS Regression						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-0,006	0,022			-0,288	0,774
X1	-0,012	0,010	-0,127		-1,142	0,257
X2	0,004	0,013	0,033		0,286	0,775
X3	-0,070	0,043	-0,186		-1,640	0,105
X4	-0,009	0,012	-0,077		-0,727	0,469
Z	0,049	0,025	0,210		1,936	0,056

Sumber: Data Olahan (2026)

Bisa disimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser di Tabel 8, di mana nilai signifikansi untuk tiap variabel lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui apakah kesalahan gangguan (errors) pada periode tertentu (t) dan kesalahan gangguan pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi berkorelasi, dilakukan pengujian autokorelasi. Metode Durbin-Watson (DW) digunakan dalam pengujian autokorelasi pada penelitian ini. Perbandingan nilai DW dengan batas atas (dU) menjadi dasar pengambilan keputusan. Model regresi tidak menunjukkan autokorelasi jika nilai $dU < DW < 4 - dU$.

Tabel 9. Uji Autokorelasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,448 ^a	0,201	0,152	0,02979	1,687

Sumber: Data Olahan (2026)

Mengingat bahwa nilai Durbin-Watson dalam tabel di atas adalah 1,687 dan nilai dU adalah 1,7749, nilai 4-dU adalah 2,2251. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat autokorelasi dalam model regresi karena nilai Durbin-Watson lebih kecil dari nilai dU.

Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi masalah autokorelasi, dilakukan penyembuhan data dengan metode *Cochrane-Orcutt* dimana data ditransformasikan ke bentuk Lag dan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 10. Uji Autokorelasi (Metode *Cochrane-Orcutt*)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,398 ^a	0,158	0,106	0,02934	1,881

Sumber: Data Olahan (2026)

Setelah menggunakan metode *Cochrane-Orcutt*, nilai *Durbin-Watson* (DW) adalah 1,881, berdasarkan Tabel 10. Pada tingkat signifikansi 5%, nilai batas atas (dU) dengan lima variabel ($k = 5$) dan 87 observasi ($N = 87$) adalah 1,7745. Kriteria $dU < DW < 4 - dU$ kemudian diterapkan pada nilai ini. Model regresi tidak menunjukkan autokorelasi dan memenuhi asumsi tidak adanya autokorelasi, menurut hasil perhitungan, yang menunjukkan bahwa $1,7745 < 1,881 < 2,2255$.

Uji F

Kelayakan model regresi dievaluasi menggunakan uji F. Tingkat signifikansi untuk uji ini ditetapkan sebesar 0,05. Model dianggap layak jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, dan sebaliknya. Model dianggap tidak layak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 11. Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	0,020	9	0,003	2,758	0,008 ^b
<i>Residual</i>	0,063	77	0,001		
<i>Total</i>	0,083	86			

Sumber : Data Olahan (2026)

Menurut Tabel 11. Menunjukkan bahwa nilai signifikansi F adalah 0,008, atau kurang dari 0,05, dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak.

Koefisien determinan (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen (X) dalam menerangkan. Untuk mengetahui apakah variabel independen (X) bisa menjelaskan variasi pada variabel dependen (Y), digunakan uji koefisien determinasi. Koefisien determinasi (R²) memiliki nilai antara 0 dan 1. Semakin tinggi kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan pada variabel dependen ditunjukkan dengan nilai R² yang mendekati 1. Sebaliknya, nilai R² yang mendekati nol menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen menjadi semakin berkurang.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,494 ^a	0,244	0,155	0,02852

Sumber: Data Olahan (2026)

Tabel 12 menunjukkan bahwa koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* adalah 0,155, atau 15,5%. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 15,5% agresivitas pajak yang dapat dijelaskan oleh variabel tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), *leverage*, profitabilitas, *capital intensity*, dan manajemen risiko perusahaan, serta variabel interaksi, sisa 84,5% dapat dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda, data yang digunakan telah memenuhi uji asumsi klasik sehingga dapat dilakukan *moderat regresion analysis* (MRA).

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	0,189	0,003		59,681	0,000
CSR (X1)	0,040	0,017	0,247	2,348	0,021
Leverage (X2)	0,045	0,022	0,220	1,987	0,051
Profitabilitas (X3)	-0,033	0,072	-0,050	-0,455	0,650
Capital intensity (X4)	-0,004	0,022	-0,021	-0,194	0,846
CRM (Z)	-0,032	0,043	-0,078	-0,738	0,463
X1*Z	0,725	0,265	0,282	2,734	0,008
X2*Z	-0,056	0,343	-0,019	-0,164	0,870
X3*Z	-0,203	1,091	-0,023	-0,186	0,853
X4*Z	-0,191	0,251	-0,085	-0,760	0,450

Sumber: Data Olahan (2026)

Pembahasan

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

Berdasarkan hasil uji statistik, CSR signifikan terhadap agresivitas pajak. Karena semakin tinggi nilai ETR, semakin rendah agresivitas pajak, nilai ini menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak positif pada proxy ETR. Oleh karena itu, nilai ETR yang lebih tinggi menunjukkan penurunan agresivitas pajak seiring meningkatnya CSR. (Saputra, 2024). Setelah mempertimbangkan hubungan terbalik antara ETR dan agresivitas pajak, koefisien regresi CSR oleh karena itu diinterpretasikan menjadi negatif terhadap agresivitas pajak (Susan & Amir Faizal, 2023). Akibatnya, agresivitas pajak dipengaruhi secara negatif oleh CSR. Ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan menurun seiring meningkatnya pengungkapan CSR. Akibatnya, hipotesis 1 yang menyatakan bahwa CSR secara signifikan dan negatif mempengaruhi agresivitas pajak diterima.

Ini terjadi karena bisnis yang memiliki komitmen kuat terhadap tanggung jawab sosial biasanya menerapkan praktik bisnis yang bermoral dan terbuka serta mematuhi semua hukum yang berlaku, termasuk yang

berkaitan dengan pembayaran pajak. Bisnis di sektor konsumen non-siklikal yang memproduksi kebutuhan sehari-hari dan berinteraksi langsung dengan publik biasanya menempatkan nilai tinggi pada reputasi dan citra bisnis. yang berdampak pada opini publik dan loyalitas pelanggan jika menggunakan strategi pajak yang agresif. Sebagai hasilnya, bisnis yang mengungkapkan CSR secara lebih menyeluruh biasanya menghindari perilaku berisiko seperti agresi pajak. Hasil ini konsisten dengan teori agensi, yang berpendapat bahwa manajemen dapat melakukan perilaku oportunistik, seperti agresivitas pajak, karena adanya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Karena bisnis yang mengungkapkan lebih banyak CSR biasanya lebih peduli terhadap tanggung jawab sosial, etika, dan transparansi, CSR dapat mengurangi konflik. CSR juga merupakan satu tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hajawiyah *et al.* (2022) Hasan (2022), dan Wulandari *et al.* (2024) yang mengatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak dipengaruhi secara signifikan oleh leverage. Oleh karena itu, belum terbukti bahwa leverage memengaruhi agresivitas pajak perusahaan. Hipotesis kedua (H2), yang menyatakan bahwa leverage secara signifikan dan positif memengaruhi agresivitas pajak, ditolak. Karena semakin bergantung pada kreditur, bisnis dengan tingkat *leverage* yang tinggi mungkin mengalami pengawasan yang lebih ketat. Keadaan ini mendorong manajemen untuk lebih berhati-hati saat menjalankan operasi bisnis, termasuk ketika membuat keputusan terkait pajak. Pengawasan kreditur terhadap operasi manajemen dapat mencegah perilaku berisiko, seperti upaya agresi pajak oleh perusahaan. Selain itu, bisnis di sektor konsumen non-siklikal tidak bergantung pada utang untuk membiayai operasinya karena sifatnya yang defensif dan tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi, di mana permintaan produk dan keuntungan biasanya stabil. Studi ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa perusahaan dapat menjadi lebih agresif dalam strategi pajaknya ketika mereka memiliki lebih banyak *leverage*. Utang perusahaan yang tinggi, secara teori, seharusnya menghasilkan biaya bunga yang dapat digunakan untuk menurunkan pendapatan kena pajak dan, akibatnya, beban pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Burhanudin & Kodriyah (2023), Sembiring (2022) dan Ronald & Jehadun (2021) yang mengatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel profitabilitas signifikan terhadap agresivitas pajak. Hipotesis 3, yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, ditolak. Hal ini terjadi karena bisnis yang menguntungkan lebih cenderung menarik perhatian dari publik dan pemerintah. Untuk mengurangi risiko denda dan audit, manajemen memutuskan untuk tidak bertindak agresif terhadap pajak sebagai akibat dari pengawasan yang jauh lebih ketat dari pihak berwenang pajak. Bisnis yang menguntungkan didorong untuk menjaga persepsi yang baik di antara regulator dan investor dengan menunjukkan kepatuhan terhadap kewajiban pajak. Selain itu, nilai laba bersih perusahaan sampel relatif lebih rendah dibandingkan dengan total aset mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan tidak tinggi. Perusahaan dengan profitabilitas moderat memiliki sedikit motivasi untuk menggunakan taktik penghindaran pajak agresif untuk menurunkan kewajiban pajak mereka. Hasil ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa manajemen lebih cenderung menggunakan agresivitas pajak untuk meningkatkan laba bersih perusahaan ketika profit lebih tinggi. Sejalan dengan hasil penelitian (Khan & Tjaraka, 2024) dan (Rahmi & Solohati, 2025) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Capital Intensity terhadap Agresivitas pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel *capital intensity* signifikan terhadap agresivitas pajak. Jadi, bisa dikatakan bahwa hipotesis 4 yang menyatakan bahwa intensitas modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap agresivitas pajak ditolak. Perusahaan dengan persentase aset tetap yang tinggi cenderung lebih mementingkan mendukung aktivitas operasional daripada menghindari pajak. Akibatnya, tingkat agresivitas pajak perusahaan tidak langsung dipengaruhi oleh investasi besar dalam aset tetap. Untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memaksimalkan keuntungan, perusahaan biasanya berinvestasi pada aset tetap. Jadi, berinvestasi pada aset tetap lebih untuk kepentingan operasional perusahaan daripada untuk mengurangi beban pajak. Hasil ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa beban depresiasi meningkat seiring dengan nilai aset tetap yang dimiliki, yang mengakibatkan laba perusahaan lebih rendah dan akibatnya kewajiban pajak yang lebih rendah. Oleh karena itu, semakin banyak aset yang dimiliki sebuah perusahaan, semakin besar dorongannya untuk menggunakan depresiasi aset tetap guna mengejar strategi pajak agresif. Temuan sejalan dengan hasil penelitian (Diviariesty & Cahyani, 2024), (Nisadiyanti & Yuliandhari, 2021), dan (Efrinal & hilda, 2021) yang menyatakan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel interaksi antara manajemen risiko perusahaan (CRM) dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara agresivitas pajak dan CSR dapat dimoderasi oleh CRM. Sebagai hasilnya, hipotesis 5 yang menyatakan bahwa manajemen risiko perusahaan memoderasi hubungan antara agresivitas pajak dan tanggung jawab sosial perusahaan diterima.

Menurut penelitian ini, bisnis dapat mencegah berbagai risiko dan mendorong pelaksanaan inisiatif CSR yang bertanggung jawab dengan menerapkan manajemen risiko yang efektif. Bisnis yang berhasil mengelola risiko umumnya memiliki kemungkinan lebih rendah untuk agresif dalam perpajakan. Akibatnya, manajemen risiko perusahaan dapat meningkatkan efektivitas CSR dalam mengurangi agresivitas pajak perusahaan selain berfungsi sebagai alat pengendalian risiko. Temuan studi ini konsisten dengan teori keagenan, yang menyatakan bahwa ketika wewenang dialihkan dari prinsipal ke agen, timbul asimetri informasi, yang mengarah pada konflik keagenan dan munculnya biaya keagenan (Dewi & Nustini, 2024). Manajemen risiko adalah salah satu dari banyak strategi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan konflik agensi. Sejalan dengan temuan Hajawiyah et al., 2022 yang menyatakan bahwa manajemen risiko memperkuat pengaruh negatif CSR terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel interaksi antara *leverage* dan CRM tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Ini menunjukkan bahwa hubungan antara *leverage* dan agresivitas pajak tidak dapat dipengaruhi oleh CRM. Jadi, hipotesis 6 yang menyatakan bahwa manajemen risiko perusahaan mengurangi dampak *leverage* terhadap agresivitas pajak ditolak.

Ini terjadi karena *leverage* belum terbukti memiliki dampak signifikan terhadap agresivitas pajak dalam penelitian ini. Keberadaan manajemen risiko perusahaan saja tidak cukup untuk meningkatkan atau menurunkan hubungan ini karena *leverage* tidak berpengaruh langsung pada agresivitas pajak. Penerapan manajemen risiko juga tidak berpengaruh pada hubungan antara *leverage* dan agresivitas pajak karena perubahan tingkat *leverage* tidak sejalan dengan perubahan tingkat agresivitas pajak. Tujuan utama manajemen risiko adalah mendeteksi, melacak, dan mengelola risiko, bukan membuat keputusan tentang cara menggunakan utang. Pilihan untuk menggunakan utang terutama dipengaruhi oleh struktur modal dan kebijakan pendanaan bisnis. Akibatnya, hubungan antara *leverage* dan agresivitas pajak tidak secara langsung dipengaruhi oleh fungsi manajemen risiko. Oleh karena itu, dampak *leverage* terhadap agresivitas pajak tidak dapat diatasi oleh manajemen risiko perusahaan. Temuan penelitian ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa manajemen risiko dapat mengurangi perilaku oportunistik manajemen dengan mengendalikan risiko. Namun demikian, tidak ditunjukkan dalam penelitian ini bahwa manajemen risiko perusahaan dapat mengatur atau mempengaruhi hubungan ini. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan manajemen yang oportunistik terkait kebijakan penggunaan utang untuk menurunkan beban pajak belum secara efektif dikendalikan oleh penerapan manajemen risiko.

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel interaksi antara profitabilitas dan manajemen risiko perusahaan (CRM) tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan agresivitas pajak tidak dapat dimoderasi oleh CRM. Akibatnya, hipotesis 7 yang menyatakan bahwa manajemen risiko perusahaan mengurangi dampak profitabilitas terhadap agresivitas pajak ditolak.

Keberadaan manajemen risiko tidak berpengaruh terhadap hubungan antara profitabilitas dan agresivitas pajak, yang konsisten dengan temuan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu, manajemen risiko perusahaan tidak dapat mengurangi dampak profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Hal ini terjadi sebagai akibat dari peningkatan fokus manajemen risiko pada identifikasi, pemantauan, dan pengendalian risiko yang dapat membahayakan reputasi dan kelangsungan bisnis perusahaan. Akibatnya, baik kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang maupun keputusan pajak yang berkaitan dengan profitabilitas tidak secara langsung dipengaruhi oleh fungsi manajemen risiko. Oleh karena itu, dampak profitabilitas terhadap agresivitas pajak tidak dapat diminimalkan oleh manajemen risiko perusahaan. Temuan studi ini bertentangan dengan teori agensi, yang menjelaskan bagaimana pengendalian risiko dalam suatu organisasi dapat mengurangi perilaku oportunistik manajerial. Studi ini menunjukkan bahwa dampak profitabilitas terhadap agresivitas pajak tidak dapat diminimalkan oleh manajemen risiko perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen risiko tidak berhasil dalam mengatur pilihan manajemen terkait strategi pajak.

Pengaruh *Corporate Risk Management* dalam Memoderasi Hubungan *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji, variabel interaksi antara intensitas modal dan CRM tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara intensitas modal dan agresivitas pajak tidak dapat dimoderasi

oleh CRM. Sebagai hasilnya, hipotesis 8 yang menyatakan bahwa manajemen risiko perusahaan dapat mengurangi dampak intensitas modal terhadap agresivitas pajak ditolak.

Kehadiran manajemen risiko perusahaan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara *capital intensity* dan agresivitas pajak karena pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak belum terbukti signifikan. Oleh karena itu, manajemen risiko perusahaan juga tidak dapat memperkuat atau melemahkan hubungan ini. Hal ini terjadi sebagai akibat dari peningkatan fokus manajemen risiko pada upaya untuk mengenali, melacak, dan mengelola berbagai risiko yang mungkin berdampak pada reputasi dan kelangsungan bisnis perusahaan. Sementara itu, pilihan investasi perusahaan dalam aset tetap yang dimaksudkan untuk mendukung kegiatan operasionalnya terkait dengan *capital intensity*. Oleh karena itu, baik penggunaan aset tetap maupun keuntungan pajak yang dihasilkan dari beban depresiasi tidak secara langsung dipengaruhi oleh fungsi manajemen risiko. Kesimpulan studi ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa manajemen risiko dapat mengurangi perilaku oportunistik manajemen dengan mengendalikan risiko. Temuan studi ini menunjukkan bahwa manajemen risiko belum berhasil memengaruhi hubungan antara *capital intensity* dan agresivitas pajak karena CRM tidak mampu memoderasi dampak intensitas modal terhadap agresivitas pajak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, CSR diinterpretasikan negatif terhadap agresivitas pajak ketika disesuaikan dengan hubungan berbanding terbalik antara ETR dan agresivitas pajak. Sedangkan *Leverage*, Profitabilitas dan *Capital intensity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Manajemen risiko perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak. CRM tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak. Pada perusahaan sektor *consumer-non cyclicals* periode 2022 hingga 2024.

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini, bagi perusahaan, disarankan untuk terus memperhatikan tata kelola perencanaan pajak guna memastikan operasionalnya berjalan aman dalam batas hukum tanpa harus melakukan perencanaan pajak yang agresif. Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, penulis mengajukan saran-saran berikut: Untuk penelitian di masa mendatang, diharapkan dapat menambahkan variabel yang erat kaitannya dengan agresivitas pajak seperti kualitas audit, CGC, dan ukuran perusahaan, memperpanjang periode pengamatan untuk memperoleh sampel yang lebih besar dari 3 tahun, yaitu 5 hingga 10 tahun, serta menggunakan proksi lain seperti CETR dalam mengukur agresivitas pajak untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif dan akurat mengenai variabel-variabel tersebut. Mengingat masih terdapat keterbatasan dalam penelitian, yaitu nilai *Adjusted R-Square* hanya sebesar 15,5%.

DAFTAR RUJUKAN

- Aulya, D. J., & Jelanti, D. (2025). Pengaruh Sales Growth, Intensitas Modal, Dan Komite Audit Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2, 14172–14185. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Burhanudin, & Kodriyah. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(1), 30–49. <https://doi.org/10.30656/jakmen.v2i1.6926>
- Christin Sembiring Purnama Pebruari Sidabutar, Y. B. (2022). Pengaruh Corporate Risk, Leverage, Dan Liquidity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 8(2), 2715–8136. <https://doi.org/https://doi.org/10.54367/jrak.v8i2.1630>
- Dewi, M. A., & Nustini, Y. (2024). Corporate Social Responsibility, Leverage, Capital Intensity, dan Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak: Good Corporate Governance sebagai Pemoderasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 51–74. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.20572>
- Diviariesty, K., & Cahyani, N. K. A. M. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 44–58. <https://doi.org/10.22225/we.23.1.2024.44-58>
- Efrinal, & Chandra hilda. (2021). Pengaruh Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 135–148. <https://doi.org/10.34005/akrual.v2i2.1268>
- Hajawiyah, A., Kiswanto, K., Suryarini, T., Yanto, H., & Harjanto, A. P. (2022). The bidirectional relationship of tax aggressiveness and CSR: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2090207>
- Hanum, Z., & Faradila, J. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner*, 7(1), 479–487. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1114>
- Hasan, H. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Luas pengungkapan Corporate Social Responsibility, Karakteristik Eksekutif, Kepemilikan Keluarga, Profitabilitas, dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 433–440.

- <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.446>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 305–360. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kasir, & Syarif, D. (2022). Pengaruh Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Subsektor Kimia Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3), 2022. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2594>
- Khan, M. A., & Tjaraka, H. (2024). International Journal of Current Science Research and Review Tax Aggressiveness in Indonesia: Insights From CSR, Financial Dynamics, and Governance. *International Journal of Current Science Research and Review*, 7. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i5-01>
- Lestari, T. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Capital Intensity Dan Risk Management Terhadap Agresivitas Pajak. *SAKUNTALA*, 1(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SAKUNTALA>
- Mustofa Muhamad Apep, Amini Maryam, & Djaddang Syahril. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Capital Intensity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 9, 173–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.498>
- Nisadiyanti, F., & Yuliandhari, W. S. (2021). Pengaruh Capital Intensity, Liquidity dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 461–470. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.888>
- Pryangan, W., & Hepriansyah, A. (2026). Apakah CSR Mampu Menekan Praktik Penghindaran Pajak: Systematic Literature Review. *Studi Riset Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(2), 91–105. https://www.polbinhus.ac.id/jurnal/SRAP_indonesia
- Putra Fadrianto, I., & Dwi Mulyani, S. (2020). Pengaruh Manajemen Risiko Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*. <https://kemenkeu.go.id/apbn2019>
- Refiana Wulandari, B., Goreti Kentris Indarti, M., & Widiatmoko, J. (2024). The Influence Of Corporate Social Responsibility On Tax Aggressivity With Audit Quality As A Moderation Variable Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4607–4613. <https://www.idx.co.id/>
- Ronald, A., & Jehadun, C. (2021). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr), Struktur Kepemilikan, Manajemen Laba, Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak*.
- Sidiq, & Adji. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Soumokil, F. R., & Yanti, H. B. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Accounting and Finance Management*, 1119–1126. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19th Ed.). ALFABETA, CV.
- Suryarini, T., Hajawiyah, A., & Munawaroh, S. (2021). The Impact of CSR, Capital Intensity, Inventory Intensity, and Intangible Assets on Tax Aggressiveness. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 13(2), 168–179. <https://doi.org/10.15294/JDA.V13I2.31624>
- Syarif, D. (2022). Pengaruh Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Subsektor Kimia Yang Terdaftar Di Bei. *JIMEA* |, 6(3). www.idx.o.id
- Trisanti, I. A., & Aisyaturrahmi. (2023). Studi Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tax Avoidance. *Accounting and Management Journal*, 7(1), 65–83. <https://doi.org/10.33086/AMJ.V7I1.4406>
- Utami, D. N. (2020, April). *Kinerja IHSG Kuartal I/2020 : Sektor Barang Konsumsi Pimpin Kinerja Sektoral*. Market Bisnis.Com. <https://market.bisnis.com/read/20200403/7/1222199/kinerja-ihsg-kuartal-i2020-sektor-barang-konsumsi-pimpin-kinerja-sektoral->
- Varga, S., Brynielsson, J., & Franke, U. (2021). Cyber-threat perception and risk management in the Swedish financial sector. *Elsevier*, 105. <https://doi.org/10.1016/J.COSE.2021.102239>
- Wahab, A., Arfah, A., & Sari, R. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Capital Intensity, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 253–267. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2001>