

Pengaruh Koneksi Politik, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Reka Krisnawati¹, Dwi Fionasari², Siti Rodiah³

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

Email: Rekakrisna27@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara koneksi politik, capital intensity dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga sampel yang terkumpul sebanyak 10 perusahaan dengan tahun pengamatan sebanyak 5 tahun maka jumlah sampel dalam penelitian adalah 50 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder dalam bentuk time. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koneksi politik berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang artinya semakin besar hubungan politik yang dimiliki perusahaan maka semakin kecil kesempatan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Hasil penelitian selanjutnya memperlihatkan bahwa capital intensity berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Nilai capital intensity perusahaan yang besar akan meningkatkan agresivitas pajak dengan tujuan untuk meminimalkan pembayaran pajak pada suatu perusahaan. Sedangkan untuk hasil uji hipotesis terakhir menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak bersedia mengurangi keuntungannya untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya dalam dimensi pajak. Sehingga, berapapun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap CSR, tidak akan mempengaruhi tindakan agresivitas pajaknya.

Kata Kunci: koneksi politik, capital intensity, corporate social responsibility, agresivitas pajak.

PENDAHULUAN

Agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang ditunjukkan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak. Tindakan agresivitas pajak merupakan hal yang sering dilakukan oleh perusahaan atau orang pribadi untuk meminimalkan beban pajak. Perusahaan sebagai salah satu wajib pajak memiliki kewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku, yakni dihitung dari besarnya laba bersih sebelum pajak dikalikan dengan tarif pajak yang berlaku. Semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan maka semakin besar pula penerimaan negara dari sektor pajak (Novitasari, 2017). Perusahaan menganggap pajak sebagai beban yang dapat mengurangi jumlah profit yang dihasilkan, jika perusahaan membayar pajak yang tinggi maka perusahaan akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang akan mencari cara untuk meminimalkan biaya pajak yang harus dibayar.

Tabel 1. Realisasi Penerimaan Pajak Tahun 2015-2019

Tahun	Target Penerimaan Pajak (Triliunan)	Realisasi Penerimaan Pajak (Triliunan)	Persentase Penerimaan Pajak (Triliunan)
2015	Rp 1,294,30	Rp 1.055,61	81,50%
2016	Rp 1.355,00	Rp 1.105,00	81,54%
2017	Rp 1.450,90	Rp 1.399,80	91,00%
2018	Rp 1.385,90	Rp 1.251,20	90,30%
2019	Rp 1.136,66	Rp 1.136,17	99,95%

Sumber: Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020

Usaha untuk meminimalkan beban pajak yang tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan dilakukan oleh beberapa perusahaan yang bergerak dalam sektor manufaktur di Indonesia. Salah satu kasus dari penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan manufaktur yaitu PT. Bentoel Internasional.

Lembaga Tax Justice Network (TJN) melaporkan bahwa perusahaan tembakau milik British American Tobacco (BAT) telah melakukan penghindaran pajak di Indonesia melalui PT Bentoel Internasional Investama. Sebagai dampaknya negara bisa menderita kerugian US\$ 14 juta pertahun (Prima, 2019). Dalam laporan tersebut, disebutkan bahwa Bentoel menghindari pajak hingga US\$ 14 juta per tahun atau sekitar Rp 199 miliar (asumsi kurs Rp 14.200/US\$, akibat dari pembayaran bunga pinjaman (Saleh, 2019).

Seringnya usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengecilkan beban pajak yang bergerak dalam sektor manufaktur menimbulkan perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah dalam proses pelaksanaan pemungutan pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berusaha untuk terus menaikkan penerimaan negara dari penerimaan pajak, sedangkan wajib pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin dengan membesarkan utang sehingga pajak yang dibayarkan kecil. Menurut Frank *et al* (2009) dalam Sagala (2015), agresivitas pajak adalah suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan melalui tindakan perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang tergolong secara legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan agresivitas pajak yaitu koneksi politik, *capital intensity* dan *corporate social responsibility*. Faktor pertama yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah koneksi politik. Koneksi politik merupakan suatu kondisi di mana terjalin suatu hubungan antara pihak tertentu dengan pihak yang memiliki kepentingan dalam politik yang digunakan untuk mencapai suatu hal tertentu yang dapat menguntungkan kedua belah pihak (Purwanti & Sugiyarti, 2017). Perusahaan yang mempunyai hubungan dekat dengan pemerintah dapat diartikan sebagai perusahaan milik pemerintah, yaitu perusahaan yang berbentuk BUMN atau BUMD. Menurut Gomez dan Jomo (2009) dalam Pranoto & Widagdo (2015), perusahaan yang mempunyai koneksi politik merupakan perusahaan atau konglomerat yang mempunyai hubungan dekat dengan pemerintah.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2018) menunjukkan hasil koneksi politik berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranoto & Widagdo (2015) bahwa koneksi politik tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak adalah intensitas modal (*capital intensity*). Intensitas modal adalah aktivitas investasi yang dilakukan perusahaan yang dikaitkan dengan investasi dalam bentuk aset tetap (modal) (Novitasari et al., 2017). *Capital intensity* yang merupakan investasi perusahaan pada aset tetap merupakan salah satu aset yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi dan mendapatkan laba. Investasi perusahaan pada aset tetap akan menyebabkan adanya beban depresiasi dari aset tetap yang diinvestasikan. Besarnya beban depresiasi untuk aset tetap peraturan perpajakan Indonesia beraneka ragam tergantung dari klasifikasi aset tetap tersebut (Andhari, P. A. S., & Sukartha, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Andhari, P. A. S., & Sukartha (2017) menunjukkan hasil bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tetapi hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Indradi (2018) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor terakhir yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan yang memiliki peringkat rendah dalam pengungkapan CSR

(*Corporate Social Responsibility*) dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab secara sosial (Watson, 2011) dalam (Nugraha & Meiranto, 2015). Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang rendah dapat melakukan agresivitas pajak yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki pengungkapan yang lebih tinggi. Menurut Lanis dan Richardson (2012) dalam Nugraha & Meiranto (2015) menyatakan bahwa CSR sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup perusahaan, namun pengungkapan CSR merupakan bukan suatu kewajiban bagi perusahaan.

Selanjutnya yaitu penelitian dari Prasista & Setiawan (2016) dengan menunjukkan hasil yang sama yaitu CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tetapi hasil yang dilakukan oleh penelitian (Anita, 2015) menunjukkan hasil yang berbeda dari peneliti sebelumnya, yaitu tidak adanya pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan Lestari *et al.*, (2019), yang membedakan dengan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan satu variabel yaitu CSR dari penelitian Nurcahyono (2019), alasannya karena adanya perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin peduli terhadap pentingnya CSR akan semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat dan negara dimana pajak memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara. Perbedaan penelitian ini juga terletak pada objek penelitian, karena penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar jika dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat melakukan perbandingan perusahaan satu dan perusahaan lain. Dan melakukan penelitian dari tahun 2015-2019 yaitu selama 5 tahun karena semakin besar rentang waktu yang diteliti maka hasil penelitian semakin akurat dan merupakan tahun terbaru.

Berdasarkan latarbelakang masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh koneksi politik, capital intensity, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi merupakan teori yang menyatakan hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen (*agent*). Manajemen mempertanggungjawabkan pekerjaan kepada pemegang saham. *Agent*, sebagai pihak yang dikontrak oleh *principal*, memiliki kewajiban untuk mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan serta bertanggung jawab atas semua pekerjaannya kepada *principal* (Mulyani dan Jupenrio, 2019).

Teori tersebut dapat dikaitkan dengan penelitian ini, dimana yang sudah dijelaskan bahwa teori agensi adalah teori yang muncul akibat adanya perbedaan kepentingan antara pihak pemilik yang mengharapkan kinerja perusahaan yang baik agar tingkat pengembaliannya semakin tinggi dengan manajemen yang memiliki kepentingan sendiri dari bonus. Perbedaan kepentingan antara *principal* (pemegang saham atau investor) dan agen (manajer) dapat mempengaruhi berbagai hal menyangkut kinerja perusahaan salah satunya kebijakan perusahaan terkait pajak (Putri, 2018)

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* pertama kali digagas oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 dan menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori mengenai organisasi manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Dinyatakan dalam teori *stakeholder* bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut.

Agresivitas Pajak

Tindakan agresivitas pajak merupakan hal yang sering dilakukan oleh perusahaan atau orang pribadi untuk meminimalkan beban pajak. Namun dalam prakteknya banyak perusahaan atau orang pribadi yang belum melaksanakan kewajiban membayar pajak. Menurut Nugraha & Meiranto (2015) agresivitas adalah kegiatan perencanaan pajak (*tax planning*) semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Pada praktik bisnis, umumnya perusahaan mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan berusaha meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba (Suandy, 2011). Hal ini yang menyebabkan perusahaan menjadi lebih agresif terhadap pajak. Menurut Frank et al. (2009) dalam Sagala (2015), agresivitas pajak merupakan tindakan yang bertujuan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak serta menggunakan metode yang diklasifikasikan atau tidak diklasifikasikan sebagai *tax evasion*. Walaupun tidak semua tindakan yang dilakukan menyalahi aturan, banyak metode-metode yang digunakan oleh perusahaan yang membuat perusahaan diasumsikan lebih agresif terhadap pajak.

Koneksi Politik

Koneksi politik merupakan suatu kondisi di mana terjalin suatu hubungan antara pihak tertentu dengan pihak yang memiliki kepentingan dalam politik yang digunakan untuk mencapai suatu hal tertentu yang dapat menguntungkan kedua belah pihak (Purwanti & Sugiyarti, 2017). Koneksi politik juga bermanfaat bagi perusahaan untuk mendapatkan akses ke pemerintah pusat. Adanya koneksi politik di dalam perusahaan membuat perusahaan memperoleh perlakuan istimewa, seperti kemudahan dalam memperoleh pinjaman modal dan resiko pemeriksaan pajak rendah. Koneksi politik yang dimiliki perusahaan menjadi motivasi untuk melakukan *tax aggressiveness*. Semakin banyak jumlah perusahaan memiliki hubungan dengan pemerintah maka semakin besar untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

H1 : Diduga koneksi politik berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Capital Intensity

Capital Intensity atau rasio intensitas modal adalah kemampuan perusahaan dalam menginvestasikan pada aset tetap. Aset tetap suatu perusahaan akan mengalami penyusutan. Semakin banyak jumlah aset yang dimiliki maka beban pajak yang ditanggung juga semakin rendah karena beban depresiasi yang dibebankan akan mengurangi laba bersih sehingga berpengaruh terhadap beban pajak. Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 6 ayat 1 (b) tentang Pajak Penghasilan menyatakan bahwa penyusutan atas pengeluaran untuk memperoleh harta berwujud dan amortisasi atas pengeluaran untuk memperoleh hak dan atas biaya lain yang

mempunyai masa manfaat lebih dari 1 (satu) tahun merupakan biaya yang boleh dikurangkan dari penghasilan bruto.

H2: Diduga *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Corporate Social Responsibility

Menurut Said (2015) CSR (*corporate social responsibility*) merupakan upaya perusahaan untuk menaikkan citra di masyarakat dengan berbagai program yang menunjukkan kepedulian sosial kepada masyarakat serta mampu mensejahterakan karyawan. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan melakukan CSR demi memenuhi ekspektasi *stakeholder* berupa kontribusi kepada stakeholdernya melalui aktivitas CSR (Wahyudi, 2015). Salah satu yang dapat ditunjukkan untuk melegitimasi masyarakat ialah dengan taat membayar pajak sesuai ketentuan dan tarif yang berlaku tanpa melakukan agresivitas pajak. Semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin rendah kemungkinan terjadinya agresivitas pajak, karena perusahaan ingin menjaga hubungan baik terhadap *stakeholdernya* (Nugraha & Meiranto, 2015). CSR akan dilaporkan dan diungkapkan dalam laporan tahunan, laporan keberlanjutan, atau pada website perusahaan (Wahyudi, 2015). CSR akan lebih berdampak positif jika pemerintah ikut andil untuk mendukung dan memfasilitasi kalangan bisnis yang ingin terlibat dalam upaya ini (Nugraha & Meiranto, 2015).

H3: Diduga *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian-pengujian teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data statistik (Siregar dan Widyawati, 2016). Metode ini digunakan untuk meliputi pengaruh koneksi politik, *capital intensity* dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time series* yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Hlaing (2012) dalam Nugraha & Meiranto (2015) agresivitas pajak didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Dalam penelitian ini menggunakan proksi ETR mengacu pada penelitian Septhea (2018). Yang menggunakan proksi ETR Rumus yang digunakan untuk menghitung ETR adalah sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}} \dots\dots\dots (1)$$

Menurut Adhikari et al. (2006), Faccio (2007), Sudibyo dan Jianfu (2015) dalam Ferdiawan & Firmansyah (2017), koneksi politik dapat diukur menggunakan variabel dummy. Diberi kode 1 (satu) jika suatu perusahaan mempunyai koneksi politik dan 0 (nol) jika sebaliknya. Perusahaan dikatakan memiliki koneksi politik memiliki kriteria: (1) salah satu direktur atau komisaris yang juga merupakan anggota DPR, anggota kabinet eksekutif, pejabat dalam salah

satu institusi pemerintah termasuk militer, atau anggota partai politik; (2) salah satu direktur atau komisaris yang juga merupakan mantan anggota DPR, mantan anggota kabinet eksekutif, mantan pejabat dalam salah satu institusi pemerintah termasuk militer; (3) salah satu pemilik/pemegang saham diatas 10% merupakan anggota partai politik, memiliki hubungan dengan politisi top, dan/atau pejabat atau mantan pejabat.

Capital Intensity menjelaskan seberapa besar aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. Dalam penelitian ini capital intensity diproses menggunakan rasio intensitas aset tetap. Perusahaan dapat memanfaatkan beban penyusutan dari aset tetap yang secara langsung mengurangi laba perusahaan yang menjadi dasar perhitungan pajak perusahaan menurut (Muriani, 2019). Berdasarkan penelitian Indradi (2018) Capital Intensity dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots (2)$$

Penelitian ini mengadopsi indikator penelitian Hackston dan Milne (1996) dalam Reminda (2017) Terdapat 90 item pengungkapan, namun 12 item dihapus lantaran kurang sesuai diterapkan di Indonesia menurut Bapepam No.VIII.G.2. Untuk Perusahaan Perbankan terdapat 63 item pengungkapan, yaitu terdiri atas kategori lingkungan (6 item), kategori energi (3 item), kategori kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (8 item), kategori lain-lain tenaga kerja (29 item), kategori produk (6 item), kategori keterlibatan masyarakat (9 item), dan kategori umum (2 item). Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Azzahra Dita Reminda (2017). Disarankan diungkapkan oleh GRI Standar adapun rumus untuk menghitung CSR sebagai berikut:

$$\text{CSRli} = \frac{\sum \text{Xy}_i}{\text{N}_i} \dots\dots\dots (3).$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengolahan data menggunakan *software SPSS (Statistical Package Social Science) release 23* dengan hasil uji asumsi klasik sebagai berikut:

Tabel 2

Rekapitulasi Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas Sig (2-tailed)		Tolerance	VIF	Heteroskedastisitas	Autokorelasi
.200	koneksi politik	.997	1.003	.752	2.029
	capital intensity	.938	1.066	.905	
	CSR	.940	1.064	.673	

sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dapat diketahui bahwa nilai residual data sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data terdistribusi dengan normal. Selanjutnya, uji multikolinaritas menunjukkan nilai tolerance pada variabel koneksi politik, capital intensity, dan corporate social responsibility lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi

yang diuji pada penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas. Hasil uji autokorelasi yang mempergunakan durbin-watson di peroleh angka $dL = 1,4206$ dan $dU = 1,6739$ dari tabel Durbin-Watson. Jadi dari perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai $1,971 > 1,6739 < 2,029$ yang berarti bahwa tidak terjadi autokorelasi, sehingga model regresi dikatakan baik.

Tabel 3
Uji Regresi Linear Berganda

		Koefisien regresi	Signifikansi	Adjusted R2	F
1	(Constant)	27.472	.001	.464	.000
	koneksi politik	-1.757	.001		
	capital intensity	8.873	.001		
	corporate social responsibility	2.762	.244		

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan model persamaan linear diatas, analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai koefisien dari variabel koneksi politik diketahui sebesar -1.757 yang memiliki arah negatif. Artinya bahwa apabila koneksi politik meningkat sebesar 1 persen, maka akan menurunkan nilai agresivitas pajak. Nilai koefisien dari variabel Capital Intensity diketahui sebesar 8.873 yang memiliki arah positif. Artinya bahwa apabila Capital Intensity meningkat sebesar 1 persen, maka akan meningkatkan nilai agresivitas pajak. Nilai koefisien dari variabel Corporate Social Responsibility diketahui sebesar 2.762 yang memiliki arah positif. Artinya bahwa apabila leverage meningkat sebesar 1 persen, maka akan meningkatkan nilai agresivitas pajak.

Nilai adjusted R square yang diperoleh yaitu 0.464 atau sama dengan 46,4%. Hal tersebut menunjukkan variabel independen yaitu Koneksi Politik, Capital Intensity dan Corporate Social Responsibility memberikan kontribusi pengaruh 46,4% terhadap tingkat variabel dependen yaitu Agresivitas pajak. Sedangkan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebut dalam penelitian ini. Hasil uji F model regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga dapat ditarik kesimpulan model penelitian ini dikatakan layak atau variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Pada pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Koneksi Politik berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dalam hasil analisis pengolahan statistic menghasilkan nilai signifikansi 0,001 yang nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Koneksi Politik berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin banyak koneksi politik akan mempengaruhi besarnya nominal pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Menurut peneliti terdapat beberapa perusahaan yang memiliki koneksi politik yaitu CEKA (Wilmar Cahaya Indonesia Tbk), DLTA (Delta Jakarta Tbk), INDF (Indofood Sukses Makmur Tbk), MLBI (Multi Bintang Indonesia Tbk), ULTI (Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk). Perusahaan tersebut merupakan perusahaan-perusahaan yang besar dan memiliki koneksi politik dengan pemerintah, dengan begitu perusahaan akan menjaga nama baiknya untuk melakukan pembayaran pajak, semakin besar koneksi politik yang dimiliki perusahaan maka semakin rendah

agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Tujuan dari perusahaan tidak begitu agresif terhadap pajak yaitu untuk menjadi wajib pajak yang baik dan patuh di mata masyarakat dan menjaga nama baik perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Astuti (2018) menyatakan bahwa koneksi politik berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pada pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, didalam penelitian ini setelah diuji *capital intensity* memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi 0,001 yang nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Menurut peneliti nilai aset tetap bersih pada perusahaan-perusahaan yang diteliti memiliki nilai rata-rata *capital intensity* positif sebesar 0,2651, artinya perusahaan-perusahaan tersebut melakukan investasi aset tetap sehingga menghasilkan beban depresiasi pada aset tetap perusahaan. Beban depresiasi dari aset tetap akan mengurangi laba pajak suatu perusahaan yang akan mengurangi biaya pajak yang akan dibayarkan. Sehingga semakin besar nilai *capital intensity* perusahaan maka akan semakin besar pula agresivitas pajak dengan tujuan untuk meminimalkan pembayaran pajak pada suatu perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh dari Andhari, P. A. S., & Sukartha (2017) menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pada pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, dalam hasil analisis pengolahan statistic menghasilkan nilai signifikansi 0,244 yang nilai tersebut lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Menurut peneliti nilai rata-rata *Corporate social responsibility* pada perusahaan-perusahaan yang diteliti hanya sebesar 23,89%. Sehingga seberapa besar biaya CSR yang dikeluarkan perusahaan tidak akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak, karena nilai biaya dari CSR perusahaan cukup rendah, perusahaan tidak bersedia mengurangi keuntungannya untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya dalam dimensi pajak. Kegiatan CSR perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan agar perusahaan membayarkan beban pajak perusahaan lebih kecil. Manfaat bagi pemerintah dapat terus meningkatkan dan mendukung kegiatan CSR perusahaan agar ekonomi masyarakat sekitar dan tenaga kerja serta lingkungan terus berkembang secara berkelanjutan sehingga dapat memberi dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat yang dapat sekitar perusahaan dan lingkungan akan tetap terjaga. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Fionasari, dkk (2017) yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak bersedia mengurangi keuntungannya untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya dalam dimensi pajak. Sehingga, berapapun biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap CSR, tidak akan mempengaruhi tindakan agresivitas pajaknya. Fakta yang penulis temukan rata-rata perusahaan mengeluarkan biaya CSR kurang dari 1% per total biaya yang terdapat pada laporan laba rugi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa koneksi politik, dan *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain penelitian ini hanya meneliti sebanyak 50 perusahaan manufaktur sector industri barang konsumsi yang terdaftar di

BEI selama periode 2015-2019, sehingga hasil tidak dapat di generalisasikan untuk semua perusahaan go public yang terdaftar di BEI, penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu koneksi politik, capital intensity, corporate social responsibility, sedangkan masih banyak variable yang mempunyai kemungkinan mempengaruhi agresivitas pajak. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang disebutkan diatas, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menambah jumlah sample atau menambah tahun observasi sehingga peneliti selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang lebih maksimal lagi, penelitian selanjutnya untuk menambahkan variable-variabel yang memiliki kemungkinan dapat mempengaruhi agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility , Profitabilitas , Inventory Intensity , Capital Intensity dan leverage pada agresivitas pajak, *E-Jurnal Akuntansi Universitas*, 18(2017), 2115– 2142.
- Anita. (2015). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Astuti, D. D. (2018). Pengaruh Corporate Governance , Capital Intensity Dan Koneksi Politik Terhadap Agresivitas Pajak(Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode The Influence of Corporate Governance , Capital Intensity and Political Connection to Ta. Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana.
- Ferdiawan, Y., & Firmansyah, A. (2017). Pengaruh Political Connection , Foreign Activity , Dan Real Earnings Management Terhadap Tax Avoidance Pendapatan Perpajakan merupakan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(3), 1601–1624.
- Fionasari, D., Savitri, E., & Andreas, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Sorot*, 12(2), 95-105.
- Gemilang, D. N. (2017). Pegaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2013-2015). Skripsi, 1–121.
- Haswidar. (2016). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Pengetahuan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Pammana Kabupaten Wajo. In Skripsi.
- Indradi, D. (2018). Pengaruh likuiditas, capital intensity terhadap Agresivitas pajak (Studi empiris perusahaanManufaktur sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016.). *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 1(1), 147.
- Kim, Chansog (Francis), and Liandong Zhang. 2013. Corporate Political Connections and Tax Aggressiveness. City University of Hong Kong.
- Kuriah, H. L., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(3), 1–19.
- Lestari, P. A. S., Pratomo, D., & Asalam, A. G. (2019). Pengaruh Koneksi Politik dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 40–52.