



Determinasi Agresivitas Pajak : Studi Kasus *Transfer Pricing* dan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ai Lastari^{1*}

AFILIASI:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

*KORESPONDENSI:

ailestari163@gmail.com

Riwayat Artikel : Artikel Masuk: 25 Oktober 2024

Diterima: 25 Oktober 2024

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengungkapan *corporate social responsibility disclosure* dan *transfer pricing* berdampak pada agresivitas pajak di industri makanan dan minuman selama periode 2018–2022. Metode kuantitatif dengan data sekunder dari laporan keberlanjutan dan tahunan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, 22 perusahaan makanan dan minuman diuji menggunakan analisis regresi data panel yang dibantu oleh Eviews-13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2018–2022, *corporate social responsibility disclosure* dan *transfer pricing* secara simultan berdampak secara bersamaan dan signifikan terhadap agresivitas pajak di industri makanan dan minuman. *corporate social responsibility disclosure* dan *transfer pricing* secara parsial meningkatkan agresivitas pajak, tetapi tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* perusahaan akan tetap mencari cara untuk meminimalkan beban pajak. Begitu juga dengan *transfer pricing* perusahaan tidak terlalu mengandalkan manipulasi harga transfer tanpa mengurangi beban pajak.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Agresivitas Pajak, *Transfer Pricing*

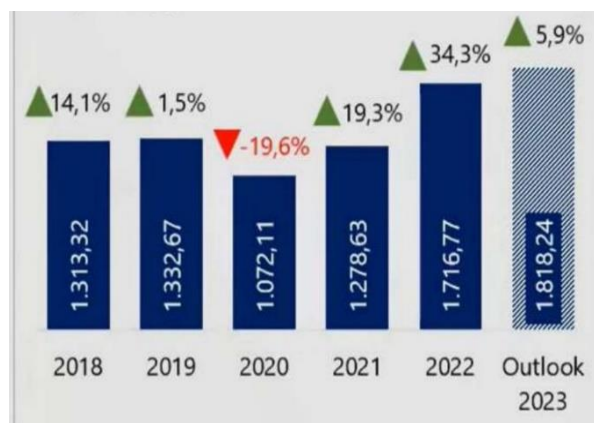
Abstract

The aim of this research is to examine how *corporate social responsibility disclosure* and *transfer pricing* impact tax aggressiveness in the food and beverage industry during the period of 2018–2022. The quantitative method with secondary data from sustainability and annual reports of the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange is used in this research. In this study, 22 food and beverage companies were tested using panel data regression analysis assisted by Eviews-13. The research results indicate that during the period from 2018 to 2022, *corporate social responsibility disclosure* and *transfer pricing* simultaneously had a significant impact on tax aggressiveness in the food and beverage industry. *Corporate social responsibility disclosure* and *transfer pricing* individually increased tax aggressiveness, but the effect was not significant. This shows that even though companies express corporate social responsibility, they will still seek ways to minimize their tax burden. Similarly, with *transfer pricing*, companies do not rely heavily on manipulating transfer prices without reducing their tax liabilities.

Keywords: *Tax Aggressiveness* , *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Transfer Pricing*

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh individu atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Di Indonesia, masyarakat dan pemerintah berkolaborasi dalam pembangunan (Vitaloka et al., 2023). Virus baru yang awalnya menyebar dari Wuhan, China, menyebabkan epidemi pada akhir tahun 2019 lalu. Yakni virus yang disebut COVID-19, atau corona virus, mulai menyebar di Indonesia pada Maret 2020. WHO kemudian menetapkannya sebagai pandemi. Akibat pandemi COVID-19, dampak pajak di Indonesia. Indonesia adalah negara yang menerapkan penilaian pribadi dalam perpajakan. Ini berarti wajib pajak memiliki otoritas penuh untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban pajak mereka sendiri. Menurut Pasal 21 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Perpajakan, Namun, pada praktiknya, undang-undang memungkinkan wajib pajak untuk menaikkan biaya perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan oleh pengusaha. Menurut ((Anggraeni et al., 2023)), perusahaan memiliki dua pilihan: mereka dapat mengurangi pajak yang mereka bayarkan selama pandemi dengan mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku, yang dikenal sebagai tax avoidance, atau mereka dapat mengurangi pajak yang mereka bayarkan selama pandemi tanpa mematuhi peraturan perpajakan yang dikenal sebagai tax evasion.



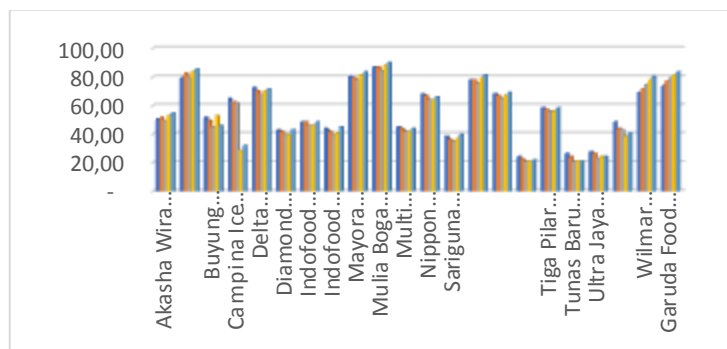
Gambar 1. Perkembangan Penerimaan Pajak

Sumber: APBN Kita, 2023

Pengeluaran negara yang berasal dari pajak berubah dari tahun 2018 hingga 2022, tetapi relatif meningkat dan menguntungkan. Penerimaan negara pada 2018 mencapai 1.313,32 triliun, pada 2019 mencapai 1.332,67 triliun, pada 2020 mencapai 1.072,11 triliun, pada 2021 mencapai 1.278,63 triliun, dan pada 2022 mencapai 1.716,77 triliun. Penerimaan pajak Indonesia menunjukkan kinerja yang baik hingga tahun 2022, seperti yang ditunjukkan oleh grafik yang menunjukkan peningkatan penerimaan pajak dari tahun 2018 dan 2019. Namun, pada tahun 2020, wabah Covid-19 menyebabkan penurunan, yang berdampak pada ekonomi negara. Salah satu penyumbang terbesar penerimaan pajak negara adalah perusahaan BUMN. Namun, ini bertentangan dengan tujuan perusahaan sebagai wajib pajak, di mana mereka berusaha untuk menghasilkan laba yang paling besar dengan meminimalkan beban pajaknya (Vitaloka et al., 2023). Menurut *Network for Tax Justice*, penghindaran pajak diperkirakan merugikan Indonesia sebesar 4,86 miliar dolar per tahun. Setara dengan 68,7 miliar rupiah. Perusahaan multinasional mengalokasikan keuntungan mereka ke negara-negara yang dianggap bebas pajak. Metode penghindaran pajak telah distandardisasi dan dianggap umum oleh perusahaan besar di Indonesia. Perbedaan kepentingan antara berbagai pihak, baik pemerintah maupun perusahaan, mendorong

tindakan penghindaran pajak ini. Dalam situasi di mana kepentingan tersebut berbeda, pemerintah meningkatkan pajak untuk meningkatkan penerimaan negara besar, sedangkan perusahaan menginginkan pajak yang serendah mungkin karena dapat mengurangi keuntungan mereka (Dewi et al., 2023) Penghindaran pajak ini juga merugikan perekonomian global pada tahun 2023 sebesar Rp 6.046 T, yang dihasilkan dengan melarikan uang ke negara surga pajak. Sektor energi, yang terkait langsung dengan harga komoditas dan perdagangan internasional, mengalami pertumbuhan yang buruk pada tahun 2019, menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati (Hasyim et al., 2022). Salah satu kasus penghindaran pajak di sektor energi adalah PT Adaro Energy Tbk. Menurut laporan Global Witness, PT Adaro Energy Tbk diduga melakukan akal-akalan pajak. Adaro melakukan *transfer pricing* melalui anak usahanya di Singapura. Untuk menghindari atau mengurangi pembayaran pajak, Adaro memindahkan keuntungannya ke jaringan bisnis internasional, termasuk Tax Haven (Hasyim et al., 2022). Dalam kasus lain, PT Coca-Cola Indonesia (CCI) mengakali pajak, menyebabkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Praktik *transfer pricing* disebabkan oleh biaya yang sangat mencurigakan ini. Metode ini mengidentifikasi kegiatan yang tidak sesuai dengan bisnis perusahaan. Produk PT CCI bukanlah minuman jadi; itu adalah konsentrat. Namun, mereka perlu mengeluarkan biaya yang signifikan untuk iklan.

Corporate Social Responsibility Disclosure adalah istilah yang mengacu pada tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang dilaksanakan melalui berbagai kegiatan. Perusahaan memiliki kemampuan untuk membangun ekonomi berkelanjutan melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Semakin sadar perusahaan akan pentingnya *Corporate Social Responsibility Disclosure*, semakin besar kesadaran mereka akan manfaat pajak bagi masyarakat (Vitaloka et al., 2023). Ini adalah perbedaan kepentingan antara perusahaan dan pemerintah yang membuat perusahaan menghindari pajak. Pada subsektor industri makanan dan minuman, perusahaan manufaktur menunjukkan grafik tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

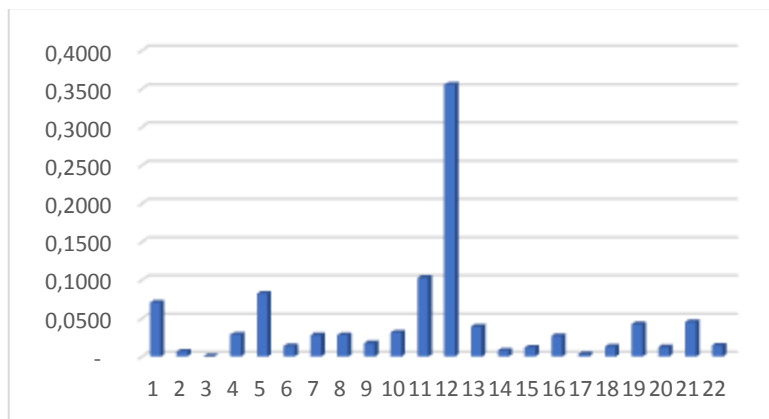


Gambar 2. Grafik corporate social responsibility disclosure perusahaan manufaktur sub sektor industry makanan dan minuman

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Grafik di atas menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan manufaktur dalam subsektor industri makanan dan minuman dari tahun 2018 hingga 2022. PT Mulia Boga, Tbk memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial korporat yang paling tinggi, sedangkan PT Siantar Top, Tbk memiliki pengungkapan yang paling rendah. Ini menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 menghalangi aktivitas perekonomian dan menghalangi perusahaan untuk mempertahankan laba. Faktor pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdampak pada agresivitas pajak, menurut penelitian yang dilakukan oleh Vitaloka et al. (2023). Sementara

itu, penelitian yang dilakukan oleh (Muadz Rizki Muzzaki, 2018) pada tahun 2018 yang berjudul "Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan intensitas kapital terhadap penghindaran pajak" menemukan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak negatif dan signifikan terhadap variabel agresivitas pajak, karena semakin tinggi ETR semakin rendah penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan multinasional sering menggunakan *Transfer Pricing* untuk menghindari pajak. *Transfer Pricing* adalah harga jual khusus yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dan diberlakukan dalam pertukaran antar divisi untuk mencatat pendapatan divisi penjualan dan biaya divisi pembelian. Menurut (Manoppo & Susanti, 2022), 2022 Bisnis menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi pengeluaran pajak. Ini dapat membantu pemerintah mengurangi penerimaan pajak negara karena perusahaan multinasional sudah mengurangi kewajiban pajak mereka dengan memperkecil harga jual di antara perusahaan dalam satu grup dan juga mengirimkan laba ke perusahaan. (Manoppo & Susanti, 2022) Grafik berikut menunjukkan tranfer pricing pada perusahaan manufaktur yang termasuk dalam subsektor industri makanan dan minuman.



Gambar 3. Grafik Transfer Pricing pada perusahaan manufaktur sub sektor industry makanan dam minuman

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Hasilnya cukup jelas dan bervariasi, seperti yang ditunjukkan pada grafik di atas. Ini menunjukkan bahwa PT Nippon Indosari Corpindo,Tbk telah mengalami peningkatan yang signifikan, dengan PT Buyung Poetra Sembada,Tbk menjadi yang paling rendah. Untuk menghindari pajak, bisnis menggunakan *transfer pricing* (Manullang & Ismail, 2023) Dalam penelitian yang disebut sebagai "pengaruh *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2021" (Manoppo & Susanti, 2022), ditemukan bahwa faktor *transfer pricing* tidak memengaruhi agresivitas pajak. Ini karena sektor ini memiliki risiko yang rendah dan produknya memiliki masa usang yang lama. Menurut penelitian (Manullang & Ismail, 2023), *transfer pricing* tidak menunjukkan pengaruhnya yang signifikan terhadap keganasan pajak. Namun, menurut penelitian yang dipublikasikan oleh (Rosani & Andriyanto, 2024), variabel biaya transfer berdampak negatif pada agresivitas pajak (Rosani & Andriyanto, 2024). Variabel ini disebut sebagai "The Influence Of Independent Commissioners, Profitability, Company Size, Fixed Asset Intensity, Liquidity, And Transfer Pricing On Tax Aggressiveness."

KAJIAN PUSTAKA

1. Agency Theory

Pemegang saham dalam perusahaan menginginkan perusahaan menghasilkan keuntungan yang setinggi mungkin, sementara manajemen perusahaan—orang yang dipilih

oleh pemegang saham untuk mengelola operasi perusahaan—menginginkan keuntungan yang besar dari perusahaan. Dalam situasi seperti ini, ada perbedaan yang signifikan antara manajemen perusahaan dan pemegang saham, yang dikenal sebagai teori agensi. Menurut Jensen dan Meckling (1976), hubungan agensi terjadi ketika pemegang saham, atau principal, memberikan otoritas kepada agen, atau manajemen, untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan operasi perusahaan. Bisa ada asimetri informasi karena hubungan antara agen dan principal ini. Teori agensi menyatakan bahwa adanya kontrak antara pihak pemberi wewenang (principal) dan pihak yang mendapatkan wewenang (agen) untuk melakukan sesuatu yang erkait dengan kepentingan pihak principal, dengan memberi agen wewenang untuk membuat keputusan (Jensen dan Meckling, 1976). Menurut Anthony dan Govindarajan (2009), setiap orang akan bertindak untuk kepentingan mereka sendiri. Oleh karena itu, ada kemungkinan konflik kepentingan antara pemilik saham sebagai principal dan manajer sebagai agen dalam perusahaan (Muadz Rizki Muzzaki, 2018). Menurut teori keagenan (Anan et al., 2023; Zatira et al., 2023), hubungan keagenan terjadi ketika satu pihak principal (pemilik atau pemegang saham) memberikan tugas dan wewenang pengambilan keputusan kepada pihak lain (agen atau manajer), yang kemudian menyelesaikan tugas atas nama principal (Dewi et al., 2023). Menurut Jensen dan Meckling (1976), ketika pemegang saham (principal) memberikan otoritas kepada manajemen (agent) untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan operasi perusahaan, terbentuk hubungan keagenan. Manajer dimotivasi untuk bertindak demi kepentingan mereka sendiri karena hubungan antara direktur dan agen ini dapat menyebabkan asimetri informasi karena direktur memiliki lebih banyak informasi tentang kondisi perusahaan dibandingkan dengan direktur (Rosani & Andriyanto, 2024). Manajer dan pemegang saham memiliki tujuan yang sama: meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan keuntungan pemegang saham. Namun, manajer seringkali terlibat dalam konflik dengan pemegang saham karena mereka tidak selalu bertindak demi kepentingan pemegang saham atau bertindak bertentangan dengan keinginan pemegang saham.

2. Legitimasi Theory

Teori legitimasi memberikan penjelasan tentang hubungan sosial yang dimiliki organisasi dengan masyarakat. Jika perusahaan dianggap melanggar kontrak sosial, kelangsungan hidupnya akan terancam. Legitimasi adalah keadaan psikologis di mana individu atau kelompok orang sangat sensitif terhadap lingkungan sekitarnya, baik fisik maupun non-fisik. Teori legitimasi adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berfokus pada keberpihakan terhadap masyarakat (masyarakat), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Gray et al., 1996). Ini menunjukkan bahwa teori ini menjelaskan hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat (Handayani et al., 2018). Menurut teori legitimasi, sangat penting bagi organisasi untuk berperilaku dengan memperhatikan lingkungan tempat mereka beroperasi. Dengan demikian, sebuah perusahaan harus mempertimbangkan batas-batas yang ditentukan oleh nilai-nilai sosial dan standar masyarakat saat melakukan operasinya. Hubungan antara perusahaan dan masyarakatnya juga berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan (Puspita & Putra, 2021). Konsep keberagaman dibentuk oleh norma sosial dan prinsip, menurut Dowling dan Pfeffer (1975) Konsep ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat (Refiana Wulandari et al., 2024)

3. Agresivitas pajak

Pasal 5 ayat 1(a) Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) No.1 Tahun 2020 menetapkan tarif PPh badan negara Indonesia sebesar 22%. Peraturan Menteri Keuangan No.169/PMK.010/2015 tentang Penentuan Besarnya Perbandingan antara Utang dan Modal

Perusahaan untuk Keperluan Penghitungan Pajak Penghasilan menetapkan tarif paling tinggi sebesar 4:1. Tindakan pajak agresif adalah upaya terakhir dari serangkaian tindakan perencanaan pajak dan penghematan pajak yang dapat menghasilkan pelaporan pajak agresif (Mappadang, 2021). Tindakan ini bertujuan untuk merekayasa keuntungan kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik dengan cara yang legal atau ilegal (Darmiasih et al., 2022). Karena tidak melanggar undang-undang pajak, skema menghindari pajak sebenarnya bersifat legal atau sah. Seringkali, menghindari pajak disebut agresif.

4. Transfer pricing

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 22/2020 mendefinisikan harga transfer sebagai harga transaksi yang dipengaruhi oleh hubungan istimewa. Hubungan istimewa yang dimaksud adalah keadaan di mana satu pihak bergantung pada atau terikat pada pihak lainnya. Untuk mengurangi beban pajak yang terutang pada grup bisnis secara keseluruhan, *transfer pricing* digunakan untuk mengubah harga transaksi antara bisnis yang memiliki hubungan khusus (Mappadang, 2021). Pertukaran produk antara divisi penjual dan pembeli dalam suatu entitas tidak dapat dianggap sebagai *transfer pricing* karena mereka tetap berada dalam entitas pelaporan yang sama (Widiastuti et al., 2023).

5. Corporate social responsibility disclosure

Menurut Pasal 74 Ayat 1 UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), PT yang menjalankan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam harus memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mensejahterakan pemangku kepentingannya secara sadar dan berdasarkan etika dan tanggung jawab, yang ditunjukkan dengan memberikan kontribusi terhadap masyarakat atau lingkungan sekitarnya (Puspita & Putra, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif statistik untuk menganalisis data sampel dan menerapkan temuan tersebut pada populasi. Dengan mencari informasi, mendefinisikan tujuan penelitian, merencanakan pendekatan, dan mengumpulkan data untuk tujuan penelitian. Penelitian ini memanfaatkan perusahaan manufaktur dalam subsektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2018 hingga 2022. Studi ini menggunakan sampling non-probabilitas, atau purposive. Uji hipotesis peneliti dengan regresi data panel dengan e-views 13. Menurut penjabaran di atas, penelitian ini menggunakan purposive sampling sesuai dengan persyaratan berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman yang rutin menyampaikan laporan tahunan dan laporan keuangan periode tahun 2018 – 2022.
3. Perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman yang menyampaikan laporan keuangan telah di periksa oleh audit pada 31 Desember 2018 sampai dengan 31 Desember 2022.

Oleh karena itu, sampel penelitian ini terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam subsektor industri makanan dan minuman. Data perusahaan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 1. Data Perusahaan Industri Makanan dan Minuman

No	Perusahaan
1	Akasha Wira International Tbk,
2	Budi Strach & Sweetener Tbk.
3	Buyung Poetra Sembada Tbk
4	Campina Ice Cream Industry Tbk.
5	Delta Djakarta Tbk.
6	Diamond Food Indonesia Tbk,
7	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	Indofood Sukses Makmur Tbk
9	Mayora Indah, tbk
10	Mulia Boga Raya Tbk,
11	Multi Bintang Indonesia Tbk,
12	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
13	Sariguna Primatirta tbk
14	Sekar Bumi tbk
15	Sentra Food indonesia
16	Siantar Top tbk
17	Tiga Pilar Sejahtera Food tbk
18	Tunas Baru Lampung tbk
19	Ultra Jaya Milk Nusantara tbk
20	Wahana Interfood Nusantara tbk
21	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
22	Garuda Food Putra Putri jaya Tbk

HASIL

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi data panel, yang dapat disebut sebagai data pooled. Gujarati dalam Ghazali (2017:195) menyatakan bahwa teknik data panel adalah dengan menggabungkan jenis data cross-section dan time series. Peneliti mengukur pengungkapan CSR menggunakan GRC Index 4.0 sebagai indikator. Selanjutnya, mereka mengukur *transfer pricing* dengan rasio Return on Total Cost. Selain itu, peneliti menggunakan tingkat pendapatan pajak sebagai alat untuk mengukur agresivitas pajak.

Analisis Regresi Data Panel

Menurut Ghazali (2017:195), data panel ialah penggabungan data antara cross-section dengan data rangkaian waktu. Data panel dapat diolah jika memenuhi kriteria ($n > 1$) yang menunjukkan bahwa jumlah objek observasi penelitian minimal adalah satu dan periode observasi minimal adalah satu. Uji masing-masing dari dua model persamaan, Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM), dengan menggunakan metode estimasi regresi data panel berikut:

Uji Chow

Uji Chow adalah pengujian statistik yang digunakan untuk memilih model yang paling cocok untuk digunakan dalam estimasi data panel antara Fixed Effect Model atau Common Effect Model. Uji ini didasarkan pada dasar pengambilan keputusan berikut:

1. Jika nilai probabilitas cross section F lebih besar dari nilai signifikan 0,05, maka H0 diterima. Dengan demikian, Common Effect Model (CEM) adalah model yang paling sesuai untuk digunakan.

2. Model efek tetap (FEM) adalah yang paling sesuai untuk digunakan jika nilai probabilitas cross section F < nilai signifikan 0,05.

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.993628	(21,86)	0.4795
Cross-section Chi-square	23.895326	21	0.2982

Gambar 4. Hasil Uji Chow

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Menurut tabel di atas, nilai probabilitas (prob.) untuk cross-section F sebesar 0,2982. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (0,2982 lebih besar dari 0,05), maka model Common Effect Model (CEM) adalah model yang dipilih.

Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan jika parameter penelitian tidak dapat menggunakan model efek tetap atau efek acak. Uji Hausman digunakan untuk memilih model yang paling tepat dalam uji regresi data panel antara model efek tetap dan efek acak.

dasar pengambilan keputusan uji Hausman adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas cross-section random > nilai signifikan 0,05, H0 diterima, sehingga model efek acak (REM) adalah yang paling tepat untuk digunakan.

2. Jika nilai probabilitas cross-section random < nilai signifikan 0,05, H0 ditolak, sehingga model efek tetap (FEM) adalah yang paling tepat untuk digunakan.

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.879762	2	0.3907

Gambar 5. Hasil Uji Hausman

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Menurut tabel di atas, nilai probabilitas (prob.) untuk Cross-section F sebesar 0,3907. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (0,2982 lebih besar dari 0,05), maka model Common Effect Model (CEM) adalah yang dipilih.

Uji Multiplier Langrange

Uji Multiplier Langrange digunakan untuk memilih model yang paling cocok untuk digunakan, apakah itu Model Efek Spasial atau Model Efek Umum.

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.02229841454000636 (0.8813)	0.22410060704028856 (0.6359)	0.2463990215829492 (0.6196)
Honda	- 0.14932653662038152 (0.5594)	- 0.4733926563004347 (0.6820)	- 0.4403289640945174 (0.6702)
King-Wu	- 0.14932653662038152 (0.5594)	- 0.4733926563004347 (0.6820)	- 0.4936021508397028 (0.6892)
Standardized Honda	- 0.028911789300354371 (0.5115)	- 0.19834870976464773 (0.5786)	- 0.341062766605591 (1.0000)
Standardized King-Wu	- 0.028911789300354371 (0.5115)	- 0.19834870976464773 (0.5786)	- 0.539214111086331 (0.9998)
Gourieroux, et al.	--	--	0 (1.0000)

Gambar 6. Hasil Uji Multiplier Langrange

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji Langrange Multiplier di atas, diperoleh Breusch-pagan 0,8813, yang menunjukkan bahwa hipotesis H0 diterima dan hipotesis H1 ditolak, yang menunjukkan bahwa efek umum model yang tepat untuk digunakan.

Analisis Regresi Panel Data

Berdasarkan metode estimasi regresi antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM), serta model estimasi persamaan regresi yang dipilih berdasarkan uji Hausman, model Common Effect Model (CEM) dipilih untuk persamaan regresi linear data panel. Eviews 13.

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 09/25/24 Time: 12:34

Sample: 1 110

Included observations: 110

Indicator Saturation: IIS, 110 indicators searched over 4 blocks

1 IIS variable detected

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.002701555761101911	0.0488734122761101	0.05527659386333588	0.956022162720052
X1	0.3688978880068518	0.08937344019914798	4.127600853059348	7.32289385768957e-05
X2	1.468137527612517e-07	7.918316683707422e-07	0.185410307045856	0.8532615409538631
@ISPERIOD("58")	6.25637982557757	0.1675144570116286	37.348297795833	7.915917265143659e-63
R-squared	0.9300690362802699	Mean dependent var		0.116
Adjusted R-squared	0.9280898580617869	S.D. dependent var		0.6175518104030705
S.E. of regression	0.1656031037868983	Akaike info criterion		-0.7227595216079562
Sum squared resid	2.906985126288546	Schwarz criterion		-0.6245602355791412
Log likelihood	43.7517736884376	Hannan-Quinn criter.		-0.6829293609547828
F-statistic	469.9268755055229	Durbin-Watson stat		2.027522244102422
Prob(F-statistic)	4.674019096125894e-61			

Gambar 6. Hasil Uji Hipotesis

Sumber : Data olah Penulis, 2024

Persamaan regresi data panel berikut diperoleh berdasarkan informasi sebelumnya:

$$Y = 0.002701555761101911 + 0.3688978880068518 * X1 + [CX=F]$$

Uji Hipotesis

1. Nilai t hitung variabel *transfer pricing* (Return On Total Cost) adalah 4.127600853059348, dan nilai probabilitas (Transfer Pricing) adalah 7.32289385768957e-05 yang lebih besar dari alpha 0,05. Ini menunjukkan secara parsial bahwa variabel *transfer pricing* memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap agresivitas pajak
H1: probabilitas > alpha 0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.
2. *Corporate Social Responsibility Disclosures* (GRI Indeks 4.0) memiliki nilai t hitung sebesar 0.8532615409538631 dan nilai probabilitas (*corporate social responsibility disclosure*) yang lebih besar dari alpha 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel ini secara parsial berhubungan positif namun tidak signifikan dengan agresivitas pajak
H1 : probabilitas yang lebih besar dari alpha 0,05, Ha diterima dan Ho ditolak.

Koefisien Determinasi

Sugiyono (2017) menunjukkan nilai koefisien determinasi dengan nilai adjusted R2 dari model regresi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi dengan nilai adjusted R2 sebesar 0,9280898580617869 menunjukkan bahwa *disclosure corporate social responsibility* dan *transfer pricing* dapat mempengaruhi 92,8 persen variasi agresivitas pajak, dan 7,2 persen variasi agresivitas pajak. Oleh karena itu, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen,

PEMBAHASAN

Transfer pricing tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga transfer tidak berdampak pada agresivitas pajak. Ini karena tidak ada hubungan langsung antara penetapan harga transfer dan suatu transaksi antara perusahaan. Dengan kata lain, jika harga transfer ditetapkan sesuai dengan prinsip lengan lengan (harga yang akan disepakati antara pihak yang tidak saling kenal), perusahaan tersebut tidak secara otomatis menjadi lebih agresif dalam menghindari pajak. Studi ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak dipengaruhi oleh *transfer pricing* (Dewi et al., 2023; Zatira et al., 2023), dan penelitian sebelumnya (Pasaribu & Irawati, 2022) (Bintara, 2022)(Widiastuti et

al., 2023). Menurut Isnaini et al. 2024, Rosani & Andriyanto, 2024, dan Hasyim et al. 2022, *transfer pricing* tidak berdampak pada agresivitas pajak.

Corporate social responsibility disclosure tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak

Penyebaran tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdampak pada agresivitas pajak karena tanggung jawab sosial perusahaan tidak menjadi alat utama perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak. Meskipun perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial, mereka tetap dapat mencari cara untuk meminimalkan pajak, menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak selalu mencerminkan komitmen mereka untuk membayar pajak secara adil. Studi sebelumnya (Gerardo B. S. Dewangga, 2020; Vitaloka et al., 2023; Wardani & Purwaningrum, 2018) (Suryaningtyas & Sawitri, 2024)(Abidin & et al, 2019) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdampak pada agresivitas pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi sebelumnya, penelitain ini tidak menemukan bukti empiris yang signifikan tentang efek negatif *transfer pricing* terhadap kekerasan pajak. Perusahaan yang menggunakan strategi *transfer pricing* tidak selalu menunjukkan agresivitas pajak yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakannya. Ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti struktur kepemilikan, kompleksitas bisnis, dan kondisi pasar, juga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat agresivitas pajak suatu perusahaan. Csr disclosure tidak terbukti memiliki hubungan dengan tingkat agresivitas pajak. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan csr tidak selalu menunjukkan tingkat kepatuhan pajak yang lebih tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa csr tidak selalu mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepatuhan pajak. Perusahaan dapat melakukan kegiatan csr sebagai bagian dari melakukan csr sebagai bagian dari strategi branding atau untuk memenuhi tuntutan stakeholder tanpa mengurangi upaya untuk meminimalkan beban pajak. .

SARAN

Jika disclosure csr dan *transfer pricing* tidak cukup efektif untuk mencegah agresivitas pajak, temuan ini menunjukkan bahwa regulasi yang lebih ketat diperlukan. Untuk mencegah penghindaran pajak, peraturan perpajakan yang lebih ketat dan pengawasan yang lebih ketat diperlukan. Untuk menyelesaikannya, dibutuhkan pendekatan multidimensional. Selain regylasi yang kuat, perusahaan harus lebih menyadari pentingnya membayar pajak yang adil. Meskipun penting, pengungkapan Csr tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya cara untuk menyelesaikan masalah perpajakan. Perusahaan harus membayar pajak kepada negara dan masyarakat. Selain itu, ada variabel lain yang mungkin lebih berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Ini termasuk struktur kepemilikan perusahaan, ukuran perusahaan, dan industri tempat bisnis beroperasi. yang mungkin diteliti lebih lanjut oleh peneliti berikutnya dengan variable dan periode yang lebih luas.

REFERENCE

- Abidin, & et al. (2019). Faktor-faktor pengungkapan CSR Disclosure (Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). E-JRA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang, 08(08), 27–40.
- Anan, R., Ayu, H., & Ida, K. (2023). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility, Ukuran Perusahaan Dan Manajemen Laba Terhadap Pajak. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(4), 108–115. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/491>
- Anggraeni, A. F., Priatna, D. K., Roswinna, W., Latifah, N. A., & Ahada, R. (2023). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Bank Umum

- Konvensional yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Proaksi*, 10(1), 30–41. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i1.3858>
- Bintara, R. (2022). Effect of Transactions of Privileged Relations, Liquidity and Company Size on Tax Aggressiveness. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 4(4), 255–268. <https://www.ijmsssr.org/paper/IJMSSSR00781.pdf>
- Darmiasih, N. W. R., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2022). Pengaruh Stuktur Modal, Arus Kas, Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress. *Jurnal Kharisma*, 4(1), 129–140.
- Dewi, R., Kusumawati, N., Afiah, E. T., & Nurizki, A. T. (2023). Pengaruh Thin Capitalization Dan Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Pemanfaatan Tax Heavens Country Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 4(1), 342–353. www.idx.co.id
- Handayani, H., Soerono, A. N., & Ramdhani, D. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility Dengan Variabel Kontrol Return on Asset Dan Leverage. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(1), 162. <https://doi.org/10.35448/jte.v13i1.4236>
- Hasyim, A. A. Al, Inayati, N. I., Kusbandiyah, A., & Pandansari, T. (2022). Pengaruh Transfer Pricing, Kepemilikan Asing serta Intensitas Modal pada Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02), 1–12.
- Janizar, S. (2024). ANALISIS HUKUM TERHADAP IMPLEMENTASI RESTORATIVE JUSTICE DALAM PERKARA KORUPSI BIDANG JASA KONSTRUKSI SEBAGAI UPAYA PENGEMBALIAN ASET DI INDONESIA (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PASUNDAN).
- Janizar, S., Firdausy, C. M., & Bagio, T. H. (2023). MULTI DIMENSIONAL TRADE-OFF MODEL STUDY ON REMUNERATION OF CONSULTANTS IN THE CONSTRUCTION SECTOR. *The Journal of Modern Project Management*, 11(2), 177-187.
- Manoppo, I. N. A., & Susanti, M. (2022). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Makanan & Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2021. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(2), 172–183.
- Manullang, B. R. M., & Ismail, M. (2023). Pengaruh Leverage dan Transfer Pricing terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2022. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(1), 52–64. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i1.5734>
- Mappadang, A. (2021). Efek Tax Avoidance & Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *CV. Pena Prasada*, 2, 120.
- Muadz Rizki Muzzaki, D. (2018). pengaruh corporate social responsibility dan capital intensity terhadap penghindaran pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2337–3806), 1–8. <https://doi.org/10.22219/jaa.v1i1.6947>
- Puspita, D. A., & Putra, H. C. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 15(2), 71–81.
- Refiana Wulandari, B., Goreti Kentris Indarti, M., Widiatmoko, J., Ekonomika dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (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 (Vol. 7). <https://www.idx.co.id/>
- Rosani, N. R., & Andriyanto, R. W. (2024). Pengaruh Komisaris Independen, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, Likuiditas, Dan Transfer Pricing

- Terhadap Agresivitas Pajak. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Blsnis, 5(2), 3490–3505. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Suryaningtyas, & Sawitri, A. P. (2024). pengungkapan CSR, Intensitas Modal, Leverage pada Agresivitas Pajak. Jurnal PETA, 9(1), 28–39.
- Vitaloka, O., Andriyanto, R. W., Amelia, Y., & Indra, A. Z. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (The Effect of Corporate Social Responsibility on Tax Aggressiveness. 4(2), 115–128.
- Widiastuti, W., Fauziah, E., & Persada, F. B. (2023). BEBAN PAJAK, NILAI TUKAR, DAN TUNNELING INCENTIVE TERHADAP TRANSFER PRICING (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019). Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa, 7(02), 126–139. <https://doi.org/10.37366/akubis.v7i02.690>
- Zatira, D., Sunaryo, D., & Dwicandra, N. M. D. (2023). Pengaruh Likuiditas Dan Implementasi Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Financial Distress. Balance Vocation Accounting Journal, 6(2), 160. <https://doi.org/10.31000/bvaj.v6i2.7500>