

Pengaruh *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* BEI 2020–2024

Alda Kusuma Dewi

Universitas Pamulang, Indonesia

E-mail: aldakdewii64@gmail.com

Article History:

Received: 19 Juni 2026

Revised: 29 Juli 2026

Accepted: 31 Agustus 2026

Keywords: *Capital Intensity*;
Corporate Social Responsibility;
Company Size; *Tax*
Aggressiveness.

Abstrak: Penelitian ini menguji pengaruh *capital intensity*, *corporate social responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya inkonsistensi temuan penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak, serta pentingnya memahami perilaku perencanaan pajak perusahaan di tengah meningkatnya pengawasan fiskal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Sampel penelitian terdiri atas 9 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dari populasi sebanyak 125 perusahaan, sehingga diperoleh 45 observasi data panel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *capital intensity*, CSR, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Secara parsial, *capital intensity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan CSR menunjukkan hubungan positif tetapi tidak signifikan, dan ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif tetapi tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa struktur aset tetap merupakan faktor utama yang memengaruhi agresivitas pajak, sedangkan pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan belum memiliki peran yang menentukan dalam keputusan perencanaan pajak perusahaan.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara Indonesia dan memiliki peran strategis dalam pembiayaan pembangunan nasional. Pada tahun 2024, kontribusi penerimaan pajak mencapai sekitar 82,4% dari total pendapatan negara (GoodStats, berdasarkan BPS), sehingga ketergantungan negara terhadap penerimaan perpajakan masih sangat tinggi. Di sisi lain, bagi perusahaan, pajak sering dipersepsikan sebagai beban yang dapat mengurangi laba bersih sehingga mendorong manajemen untuk melakukan berbagai strategi perencanaan pajak. Salah satu bentuknya adalah agresivitas pajak, yaitu upaya perusahaan untuk menekan beban pajak melalui mekanisme yang masih berada dalam ruang legal maupun melalui pemanfaatan celah regulasi (Zenuari & Mranani, 2020). Fenomena tersebut dapat terlihat pada kasus PT Adaro Energy Tbk

yang pernah disorot karena diduga melakukan pengalihan laba ke entitas di negara dengan tarif pajak lebih rendah sehingga kewajiban pajak domestik dapat ditekan (Global Witness, 2019). Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan perpajakan perusahaan tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan formal, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur perusahaan, strategi bisnis, serta kepentingan manajemen dalam mengelola laba dan beban pajak.

Fenomena agresivitas pajak dapat dijelaskan melalui teori keagenan yang menempatkan hubungan antara pemilik perusahaan sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent* dalam situasi yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa manajemen memiliki akses informasi yang lebih besar dibandingkan pemilik sehingga asimetri informasi dapat membuka ruang bagi manajer untuk mengambil keputusan yang lebih menguntungkan kepentingannya sendiri. Dalam konteks perpajakan, kondisi tersebut dapat mendorong manajemen melakukan strategi untuk meminimalkan beban pajak guna mempertahankan atau meningkatkan laba perusahaan, termasuk melalui praktik *tax aggressiveness* (Silalahi, 2021; Anggraeni & Fitriyana, 2024). Agresivitas pajak sendiri mencakup berbagai tindakan untuk meminimalkan kewajiban pajak, baik melalui *tax avoidance* yang masih berada dalam koridor hukum maupun *tax evasion* yang melanggar ketentuan perpajakan (Sakinah et al., 2020). Dalam penelitian ini, agresivitas pajak diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR), di mana semakin rendah nilai ETR menunjukkan semakin tinggi kecenderungan agresivitas pajak perusahaan (Rahayu & Kartika, 2021; Silalahi, 2021).

Salah satu faktor internal yang secara teoritis dapat memengaruhi agresivitas pajak adalah *capital intensity*. Variabel ini menggambarkan proporsi aset tetap dalam struktur total aset perusahaan yang dapat menimbulkan beban penyusutan dan pada akhirnya mengurangi laba kena pajak (Junensie et al., 2020). Dengan demikian, semakin tinggi proporsi aset tetap, semakin besar pula peluang perusahaan memanfaatkan depresiasi sebagai bagian dari strategi perencanaan pajak (Rahayu & Kartika, 2021; Sirait et al., 2023). Zenuari dan Mranani (2020) juga menegaskan bahwa *capital intensity* berkaitan dengan kemampuan perusahaan menekan beban pajak melalui pengelolaan aset tetap. Meskipun demikian, temuan empiris sebelumnya belum menunjukkan pola yang seragam. Maulana et al. (2022) menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan Zenuari dan Mranani (2020) menunjukkan hasil yang berbeda. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara struktur aset dan perilaku pajak perusahaan masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks sektor dan periode yang berbeda.

Selain *capital intensity*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga menjadi faktor yang relevan dalam menjelaskan perilaku perpajakan perusahaan. Dalam perspektif teori legitimasi, perusahaan berupaya menyesuaikan aktivitasnya dengan nilai, norma, dan harapan masyarakat agar memperoleh penerimaan sosial dari lingkungan eksternal (Silalahi, 2021). CSR menjadi salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan untuk menjaga legitimasi melalui transparansi, tanggung jawab sosial, dan hubungan dengan para pemangku kepentingan (Neno & Irawati, 2022). Prinsip CSR juga berkaitan dengan konsep *triple bottom line* yang mencakup *people*, *planet*, dan *profit* (Ismail dalam Silalahi, 2021). Namun, hubungan CSR dengan agresivitas pajak tidak selalu bersifat sederhana. Di satu sisi, perusahaan yang aktif dalam CSR dapat lebih terdorong menjaga reputasi dan menghindari praktik pajak agresif. Di sisi lain, biaya CSR dapat memengaruhi struktur beban perusahaan dan berpotensi menjadi bagian dari strategi pengelolaan pajak, sehingga hubungan antara CSR dan agresivitas pajak dapat bersifat dinamis (Romadhina, 2020; Wuarlela, 2022; Yulyanti & Mujiyati, 2023).

Ukuran perusahaan juga memiliki potensi pengaruh terhadap agresivitas pajak karena mencerminkan skala operasi, sumber daya, kompleksitas organisasi, dan kapasitas perusahaan

.....

dalam menyusun strategi keuangan maupun perpajakan. Perusahaan berukuran besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih luas, struktur organisasi yang lebih kompleks, serta kemampuan untuk menggunakan tenaga profesional dalam merancang strategi perpajakan (Ihsan et al., 2023). Kondisi tersebut dapat meningkatkan fleksibilitas perusahaan dalam melakukan perencanaan pajak. Namun, pada saat yang sama, perusahaan besar juga menghadapi tingkat pengawasan publik, regulator, investor, dan media yang lebih tinggi sehingga keputusan pajak yang terlalu agresif dapat menimbulkan risiko reputasi dan legitimasi. Oleh sebab itu, pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak masih menunjukkan hasil yang beragam dalam penelitian sebelumnya (Rahayu & Kartika, 2021; Junensie et al., 2020). Inkonsistensi serupa juga ditemukan pada variabel CSR dan *capital intensity*, sehingga menunjukkan adanya *research gap* yang masih terbuka untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memfokuskan analisis pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Sektor ini dipilih karena memiliki karakteristik permintaan yang relatif stabil, namun tetap menghadapi kompleksitas operasional, kebutuhan investasi aset, tekanan legitimasi, dan tuntutan efisiensi yang dapat memengaruhi strategi perpajakan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *capital intensity*, *Corporate Social Responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Kajian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih aktual mengenai faktor-faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan praktik agresivitas pajak, sekaligus memperjelas inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur akuntansi dan perpajakan, khususnya mengenai bagaimana struktur aset, tanggung jawab sosial, dan skala perusahaan berinteraksi dengan keputusan perpajakan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* di Indonesia.

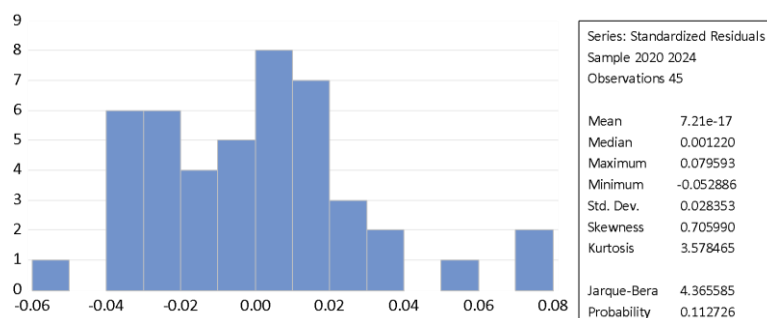
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *capital intensity*, *corporate social responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan tahun 2020–2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu perusahaan yang terdaftar secara konsisten selama periode 2020–2024, menerbitkan laporan keuangan dan *sustainability report* secara berturut-turut, menggunakan mata uang Rupiah, serta menghasilkan laba selama periode pengamatan. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel penelitian yang digunakan sebagai unit analisis dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan regresi data panel dengan bantuan software *EViews* 13. Model yang digunakan mencakup *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*, yang kemudian dipilih melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), serta uji t dan uji F untuk melihat pengaruh parsial dan simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Berikut hasil uji data penelitian dengan menggunakan Uji Normalitas dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:



Sumber: Hasil output EViews 13.

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan pengujian normalitas yang tergambar pada Gambar 1, nilai *Probability* sebesar $0,112726 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat diartikan bahwa sebaran data memenuhi asumsi normalitas, sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Uji Multikolinearitas

Berikut hasil pengujian data penelitian yang dilakukan dengan uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.017557	915.8126	NA
CI	0.001378	8.554023	1.438148
CSR	0.000757	11.86464	1.238132
SIZE	2.19E-05	1027.056	1.449462

Sumber: Hasil output EViews 13.

Pengujian multikolinearitas pada Tabel 1 dievaluasi menggunakan nilai VIF. Seluruh variabel independen memiliki nilai *Centered* VIF di bawah 10. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual antar pengamatan. Suatu model regresi dinyatakan memenuhi kriteria apabila varians residualnya homogen. Berikut hasil pengujian heteroskedastisitas yang ditampilkan pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Test Statistic	Value	Probability	Value
F-statistic	0.425859	Prob. F(3,41)	0.7355
Obs*R-squared	1.359846	Prob. Chi-Square(3)	0.7150
Scaled explained SS	1.365192	Prob. Chi-Square(3)	0.7137

Sumber: Hasil output EViews 13.

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas yang tercantum pada Tabel 2, nilai *Prob. Chi-Square* sebesar $0,7150 > 0,05$. Dengan demikian, model regresi yang digunakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilaksanakan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat hubungan antara error pada periode t dengan error pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi dinyatakan memenuhi kriteria bilamana tidak terdapat autokorelasi. Berikut hasil pengujian autokorelasi yang ditampilkan pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Test Statistic	Value	Probability	Value
F-statistic	1.625100	Prob. F(2,39)	0.2099
Obs*R-squared	3.461736	Prob. Chi-Square(2)	0.1771

Sumber: Hasil *output EViews* 13.

Berdasarkan pengujian autokorelasi yang tercantum pada Tabel 3, nilai *Prob. Chi-square* sebesar $0,1771 > 0,05$. Dengan demikian, tidak terdeteksi autokorelasi dalam model regresi.

Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

Indikator	Nilai
R-squared	0,225788
Adjusted R-squared	0,169138
S.E. of Regression	0,029372
Sum Squared Residual	0,035371
Log Likelihood	96,98950
F-statistic	3,985694
Prob(F-statistic)	0,013993

Sumber: Hasil *output EViews* 13.

Hasil Uji F (Simultan) pada Tabel 4 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $3,985694 > F_{tabel}$ yaitu 2,58 dan nilai Prob (F-statistic) $0,013993 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a dapat dinyatakan berlaku, yang mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen, meliputi *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility*, serta Ukuran Perusahaan, memiliki pengaruh terhadap Agresivitas Pajak sebagai variabel dependen.

Uji t Parsial

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.357080	0.132504	2.694861	0.0102
CI	0.092122	0.037123	2.481565	0.0173
CSR	0.046486	0.027507	1.689966	0.0986
SIZE	-0.006133	0.004679	-1.310857	0.1972

Sumber: Hasil *output EViews* 13.

Berdasarkan hasil Uji t (parsial) pada Tabel 5, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta memperhatikan nilai probabilitas pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Agresivitas Pajak secara parsial. Hipotesis pertama menguji pengaruh *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Capital Intensity* memiliki nilai t hitung sebesar 2,481565, sedangkan t tabel sebesar 1,68023. Dengan demikian, t hitung lebih besar daripada t tabel. Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,0173 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Capital Intensity* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Oleh karena itu, hipotesis pertama diterima. Hipotesis kedua menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,689966 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,68023. Meskipun demikian, nilai probabilitas sebesar 0,0986 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Karena nilai probabilitas menjadi dasar utama dalam menentukan signifikansi, maka *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak. Hipotesis ketiga menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -1,310857, sedangkan nilai t tabel berada pada batas $\pm 1,68023$. Secara absolut, nilai t hitung sebesar 1,310857 lebih kecil daripada t tabel sebesar 1,68023. Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,1972 juga lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Oleh karena itu, hipotesis ketiga ditolak.

Pembahasan

Pengaruh *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan secara Simultan terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian simultan menunjukkan nilai F-statistic sebesar 3,985694 dengan probabilitas sebesar 0,013993. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Dengan demikian, model penelitian mampu menjelaskan bahwa keputusan perpajakan perusahaan tidak berdiri pada satu karakteristik tertentu, tetapi berkaitan secara bersama-sama dengan struktur investasi aset, orientasi tanggung jawab sosial, dan skala perusahaan. Hasil ini sejalan dengan Rahayu dan Suryarini (2022), yang menemukan bahwa CSR, ukuran perusahaan, *capital intensity*, dan *inventory intensity* secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Meskipun model signifikan secara simultan, nilai R-squared sebesar 0,225788 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen hanya mampu menjelaskan sekitar 22,58% variasi Agresivitas Pajak, sedangkan 77,42% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Kondisi ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak merupakan fenomena yang kompleks dan dapat dipengaruhi oleh banyak karakteristik lain, seperti profitabilitas, leverage, struktur tata kelola, transaksi pihak berelasi, kondisi keuangan, maupun karakteristik manajemen. Dalam perspektif teori keagenan, kompleksitas tersebut dapat dipahami karena manajemen memiliki diskresi dalam menentukan kebijakan perusahaan, termasuk kebijakan perpajakan, sementara pemilik tidak selalu memiliki informasi yang sama mengenai pertimbangan yang melatarbelakangi keputusan tersebut (Jensen & Meckling, 1976). Penelitian mutakhir juga memperlihatkan bahwa agresivitas pajak pada perusahaan Indonesia dipengaruhi oleh kombinasi karakteristik perusahaan dan tidak selalu menunjukkan pola yang sama antar sektor maupun periode penelitian.

Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Capital Intensity* memiliki nilai t-statistic sebesar 2,481565 dengan probabilitas 0,0173. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, *Capital Intensity* terbukti berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa komposisi aset tetap merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang relevan dalam menjelaskan kebijakan perpajakan. Secara konseptual, perusahaan dengan proporsi aset tetap yang besar juga memiliki beban depresiasi yang lebih besar. Beban depresiasi dapat mengurangi laba sebelum pajak sehingga struktur investasi pada aset tetap mempunyai konsekuensi langsung terhadap dasar pengenaan pajak perusahaan. Temuan tersebut memperoleh dukungan dari Soelistiono dan Adi (2022), yang menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan pertambangan karena keputusan investasi pada aset tetap berkaitan dengan pertimbangan biaya dan manfaat perpajakan. Junensie et al. (2020) juga menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan industri konsumsi. Hasil yang lebih baru dari Yulyanti dan Mujiyati (2025) juga menunjukkan bahwa *capital intensity* merupakan salah satu variabel yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Temuan penelitian ini dengan demikian memperkuat argumentasi bahwa struktur aset tetap tidak hanya merepresentasikan keputusan investasi, tetapi juga memiliki implikasi perpajakan melalui mekanisme penyusutan.

Meskipun demikian, literatur masih menunjukkan hasil yang tidak seragam. Rahayu dan Suryarini (2022) menemukan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian Tandang et al. (2025) pada perusahaan sektor energi juga memperoleh hasil yang tidak signifikan. Bahkan, Silvani dan Kawedar (2025) menemukan hubungan negatif signifikan antara *capital intensity* dan agresivitas pajak. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan aset tetap untuk kepentingan perpajakan dapat bergantung pada karakteristik sektor, struktur aset, metode depresiasi, dan kebijakan investasi perusahaan. Oleh karena itu, hasil penelitian pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* ini memberikan bukti tambahan bahwa selama periode 2020–2024, struktur aset tetap menjadi faktor yang relevan dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa CSR memperoleh nilai t-statistic sebesar 1,689966 dengan probabilitas sebesar 0,0986. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan atau pelaksanaan CSR belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan keputusan perusahaan dalam menjalankan strategi perpajakannya. Tidak signifikannya CSR dapat dijelaskan melalui perbedaan fungsi antara kebijakan sosial dan kebijakan perpajakan perusahaan. Dalam perspektif teori legitimasi, CSR terutama digunakan untuk menjaga kesesuaian antara aktivitas perusahaan dengan nilai dan harapan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan dapat mempertahankan pengungkapan CSR sebagai bagian dari strategi legitimasi dan reputasi tanpa menjadikannya bagian langsung dari keputusan mengenai besarnya pajak yang dibayarkan. Dengan kata lain, tingginya pengungkapan CSR belum tentu mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk lebih agresif maupun lebih konservatif dalam aspek perpajakan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Yulyanti dan Mujiyati (2025), yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Silvani dan Kawedar (2025) juga memperoleh hasil bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*, Cahyani et al. (2025) juga menemukan bahwa CSR

tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga secara kontekstual hasil tersebut sangat dekat dengan temuan penelitian ini. Akan tetapi, hasil tersebut tidak sepenuhnya konsisten dengan seluruh penelitian sebelumnya. Rahayu dan Suryarini (2022) menemukan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan Fadhilah et al. (2024) menemukan pengaruh negatif CSR terhadap agresivitas pajak. Perbedaan arah dan signifikansi tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara CSR dan agresivitas pajak tidak bersifat linear dan universal. CSR dapat mencerminkan komitmen substantif terhadap tanggung jawab sosial, tetapi dalam kondisi lain dapat berfungsi terutama sebagai mekanisme reputasi. Oleh sebab itu, besar kecilnya pengungkapan CSR belum tentu secara langsung diterjemahkan ke dalam kebijakan pembayaran pajak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki nilai t-statistic sebesar -1,310857 dengan probabilitas 0,1972. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak sehingga hipotesis ketiga ditolak. Temuan tersebut menunjukkan bahwa besar atau kecilnya skala perusahaan belum mampu menjelaskan perbedaan tingkat agresivitas pajak perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* selama periode penelitian. Tidak signifikannya Ukuran Perusahaan dapat menunjukkan adanya dua mekanisme yang bekerja secara berlawanan. Perusahaan besar memang memiliki sumber daya, tenaga profesional, sistem informasi, dan kompleksitas transaksi yang lebih tinggi sehingga secara teoritis mempunyai kapasitas lebih besar dalam merancang strategi perpajakan. Pada saat yang sama, perusahaan besar juga menghadapi pengawasan yang lebih kuat dari otoritas pajak, investor, auditor, media, dan masyarakat. Tingginya risiko reputasi dan eksposur publik dapat membatasi insentif manajemen untuk melakukan strategi perpajakan yang terlalu agresif. Kedua mekanisme tersebut dapat saling menetralkan sehingga ukuran perusahaan tidak menghasilkan pengaruh statistik yang signifikan.

Temuan ini konsisten dengan Rahayu dan Suryarini (2022), yang menemukan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Fadhilah et al. (2024) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur, sementara Tandang et al. (2025) memperoleh kesimpulan serupa pada sektor energi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa skala perusahaan tidak dengan sendirinya menentukan perilaku perpajakan karena keputusan pajak tetap dipengaruhi oleh karakteristik keuangan dan tata kelola lainnya. Di sisi lain, hasil yang berbeda ditemukan dalam sejumlah studi terbaru. Yulyanti dan Mujiyati (2025) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan Silvani dan Kawedar (2025) menemukan pengaruh positif dan signifikan ukuran perusahaan pada perusahaan pertambangan. Perbedaan tersebut kembali menegaskan bahwa pengaruh ukuran perusahaan sangat mungkin bersifat kontekstual. Karakteristik industri, periode pengamatan, tingkat pengawasan, pengukuran agresivitas pajak, dan komposisi sampel dapat menghasilkan pola hubungan yang berbeda. Dalam penelitian ini, tidak signifikannya ukuran perusahaan menunjukkan bahwa skala aset belum menjadi determinan utama agresivitas pajak pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* periode 2020–2024.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun *Capital Intensity*, CSR, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak, secara parsial hanya *Capital Intensity* yang menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan tersebut menempatkan struktur aset tetap sebagai faktor internal yang lebih dominan dibandingkan pengungkapan sosial dan skala perusahaan dalam menjelaskan kebijakan perpajakan pada sampel penelitian. Nilai R-squared sebesar 22,58% sekaligus menunjukkan bahwa model belum

menjelaskan seluruh variasi agresivitas pajak. Karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel seperti profitabilitas, leverage, *inventory intensity*, tata kelola perusahaan, koneksi politik, transaksi pihak berelasi, maupun karakteristik manajemen untuk memperoleh penjelasan yang lebih komprehensif mengenai determinan agresivitas pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, penelitian ini menunjukkan bahwa *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan perusahaan tidak hanya berkaitan dengan satu karakteristik tertentu, tetapi terbentuk melalui kombinasi struktur aset, aktivitas tanggung jawab sosial, dan skala perusahaan. Meskipun demikian, nilai R-squared sebesar 0,225788 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut baru mampu menjelaskan sekitar 22,58% variasi Agresivitas Pajak, sedangkan 77,42% lainnya berkaitan dengan faktor-faktor lain di luar model penelitian. Secara parsial, *Capital Intensity* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Temuan ini menegaskan bahwa struktur investasi perusahaan pada aset tetap merupakan salah satu faktor yang relevan dalam menjelaskan kebijakan perpajakan karena kepemilikan aset tetap menimbulkan beban penyusutan yang berpengaruh terhadap laba kena pajak. Sebaliknya, *Corporate Social Responsibility* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan CSR belum dapat dijadikan indikator langsung dalam menjelaskan kecenderungan perusahaan melakukan agresivitas pajak. CSR cenderung memiliki fungsi yang lebih kuat sebagai bentuk tanggung jawab sosial, pemeliharaan legitimasi, dan pengelolaan hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Ukuran Perusahaan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Dengan demikian, besar atau kecilnya skala perusahaan belum dapat menjadi faktor penentu dalam menjelaskan perilaku perpajakan perusahaan pada sampel yang diteliti. Perusahaan dengan ukuran lebih besar memang memiliki sumber daya dan kompleksitas transaksi yang lebih tinggi, tetapi pada saat yang sama juga menghadapi pengawasan yang lebih kuat dari regulator, investor, dan masyarakat. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa keputusan perpajakan lebih kompleks daripada sekadar ditentukan oleh skala perusahaan dan perlu dipahami bersama karakteristik keuangan, operasional, dan tata kelola lainnya.

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi. Bagi manajemen perusahaan, pengelolaan aset tetap dan perencanaan pajak perlu dilakukan secara hati-hati, transparan, serta tetap berada dalam koridor peraturan perpajakan agar efisiensi pajak tidak menimbulkan risiko hukum maupun reputasi. Perusahaan juga perlu menjaga konsistensi dan transparansi dalam pelaporan keuangan, pembayaran pajak, serta pengungkapan CSR sebagai bagian dari akuntabilitas kepada pemangku kepentingan. Bagi pemerintah dan otoritas perpajakan, kejelasan dan konsistensi regulasi perlu terus diperkuat agar ruang interpretasi yang dapat dimanfaatkan dalam perencanaan pajak yang agresif semakin terbatas, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan tiga variabel independen. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dapat memperluas sampel ke berbagai sektor industri dan periode pengamatan yang lebih panjang agar hasilnya memiliki cakupan yang lebih representatif. Variabel lain seperti profitabilitas, leverage, *inventory intensity*, tata kelola perusahaan, kepemilikan institusional, koneksi politik, transaksi pihak berelasi, maupun karakteristik manajemen juga dapat dipertimbangkan. Pengembangan tersebut penting mengingat sebagian besar variasi Agresivitas

Pajak dalam penelitian ini masih dijelaskan oleh faktor di luar model, sehingga penelitian selanjutnya berpeluang menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan Agresivitas Pajak perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrizal, A., & Iffah, Q. N. (2022). Analisis pengaruh capital intensity, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan perputaran persediaan terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 74–82.
- Anggraeni, N. T., & Fitriyana, F. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Energy Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022). *Jurnal Nusa Akuntansi*, 1(2), 360–377. <https://doi.org/10.62237/Jna.V1i2.13>
- Cahyani, A. E., Pambudi, J. E., & Febrianto, H. G. (2025). Pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan intensitas aset terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(2), 242–258.
- Fadhilah, T. N., Zirman, & Safitri, D. (2024). The influence of corporate social responsibility, leverage, inventory intensity, and company size on tax aggressiveness. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 204–222. <https://doi.org/10.25170/jak.v18i2.5471>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS dan EViews*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, S. A., & Mais, R. G. (2024). Pengungkapan CSR (corporate social responsibility): Peran kinerja lingkungan, kinerja sosial, dan kinerja ekonomi. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner*, 8(5), 3966–3976.
- Hidayati, F., Kusbandiyah, A., Pramono, H., & Pandansari, T. (2021). Pengaruh leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, dan capital intensity terhadap agresivitas pajak. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 2(1), 25–35.
- Ihsan, H., Azis, A. D., & Riani, D. (2023). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, capital intensity, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10, 80–87.
- Ilman, M. F., & Jansen, R. (2025). Pengaruh leverage, capital intensity, corporate social responsibility (CSR) terhadap agresivitas pajak dimoderasi oleh ukuran perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 21(1), 1–15.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Junensie, P. R., Trisnadewi, A. A. A. E., & Rini, I. G. A. I. S. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, *capital intensity*, leverage dan komisaris independen terhadap agresivitas pajak penghasilan wajib pajak badan pada perusahaan industri konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2015–2017. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19(1), 67–77. <https://doi.org/10.22225/we.19.1.1600.67-77>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Insentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi Covid-19*. Jakarta: Kemenkeu RI.
- Kusumaningtyas, E., Subagyo, E., Adinugroho, W. C., Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., & Syah, S. (2022). *Konsep dan praktik ekonometrika menggunakan EViews*. Academia Publication.
- Maulana, T., Putri, A. A., Marlina, E., & Riau, U. M. (2022). Pengaruh capital intensity, inventory intensity dan leverage terhadap agresivitas pajak.
- Muin, M. P. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*.

- Neno, N., & Irawati, W. (2022). Pengaruh corporate social responsibility, capital intensity, dan corporate governance terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 6(2), 35–50. <https://doi.org/10.33884/jab.v6i2.5499>
- Priyatno, D. (2023). *Olah data sendiri analisis regresi linier dengan SPSS dan analisis regresi data panel dengan EViews*. Yogyakarta: Andi.
- Rahayu, S., & Suryarini, T. (2022). The effect of CSR disclosure, firm size, capital intensity, and inventory intensity on tax aggressiveness. *Accounting Analysis Journal*, 10(3), 191–197. <https://doi.org/10.15294/aaj.v10i3.51446>
- Rahayu, U., & Kartika, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, corporate social responsibility, capital intensity, ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 25–33. <https://doi.org/10.31959/jm.v10i1.635>
- Ramadhani, D. S. (2025). Pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Interdisciplinary Journal of Computer Science, Business Economics, and Education Studies*, 2(1), 435–441.
- Romadhina, A. P. (2020). Pengaruh komisaris independen, intensitas modal, dan CSR terhadap agresivitas pajak. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 286–298.
- Sakinah, et al. (2020). Prosiding BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar.
- Santoso, S. (2021). *Statistika untuk penelitian bisnis dan ekonomi: Teori dan aplikasi dengan EViews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shakila, A., et al. (2024). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam CSR. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3966–3976.
- Sihombing, P. R., Suryadiningrat, S., Sunarjo, D. A., & Yuda, Y. P. A. C. (2022). Identifikasi data outlier dan kenormalan data. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*, 2(3), 307–316.
- Silalahi, R. (2021). Pengaruh CSR dan capital intensity terhadap agresivitas pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–13.
- Silvani, D. R., & Kawedar, W. (2025). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan capital intensity terhadap agresivitas pajak. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 24(2), 102–113. <https://doi.org/10.22225/we.24.2.2025.102-113>
- Sirait, J., et al. (2023). Pengaruh CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan capital intensity terhadap agresivitas pajak.
- Soelistiono, S., & Adi, P. H. (2022). Pengaruh leverage, capital intensity, dan CSR terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 38–51. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6260>
- Soelistiono, S., & Adi, P. H. (2022). Pengaruh leverage, capital intensity, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 38–51. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6260>
- Sugeng, S., Prasetyo, E., & Zaman, B. (2020). Does capital intensity, inventory intensity, firm size affect tax aggressiveness? *JEMA*, 17(1), 78–87. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i1.3609>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandang, R. M., Minarso, B., Sumaryati, A., & Suhartono, E. (2025). Firm size, capital intensity, dan inventory intensity terhadap agresivitas pajak. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 17(2), 331–344. <https://doi.org/10.24905/permana.v17i2.593>
- Utomo, A. B., & Fitria, G. N. (2021). Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh capital intensity dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 231–246. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18800>
-

- Wuarlela, I. J. (2022). Pengaruh profitabilitas, capital intensity, serta CSR terhadap agresivitas pajak. *Prosiding Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 437–449.
- Yulyanti, A. R. D., & Mujiyati. (2025). Agresivitas pajak: Capital intensity, corporate social responsibility (CSR), leverage, dan ukuran perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4), 2192–2206. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.7545>
- Zenuari, & Mranani. (2020). Pengaruh CSR, ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan capital intensity terhadap agresivitas pajak.
-