

PENGARUH MANAJEMEN LABA, PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN INTENSITAS PERSEDIAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)
THE EFFEC THE INFLUENCE OF EARNINGS MANAGEMENT, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVENTORY INTENSITY TO TAX AGGRESIVNESS (Study at the Automotive Sub Sector Companies Listed on Indonesia Stock Exchange 2016 - 2018)

Bima Formade Nusa¹, Dr. Cahyaningsih, S. E., Ak., M. Si.²

Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

bimaformade@student.telkomuniversity.ac.id, cahyaningsih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Agresivitas pajak adalah upaya perusahaan dalam merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan melalui tindakan perencanaan pajak. Dampak dari tindakan agresivitas pajak sangat merugikan, karena pemerintah tidak dapat mengoptimalkan penerimaan pajak yang akan digunakan untuk mengelola negara.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen laba, *corporate social responsibility* dan intensitas persediaan terhadap agresivitas pajak, baik secara simultan maupun parsial. Perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan menjadi objek dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif. Strategi penelitian yang digunakan yakni studi kasus dengan mengambil data laporan tahunan di BEI. Teknik analisis data yang digunakan ialah regresi linier berganda dengan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling*. Pengelolaan data penelitian dibantu dengan *software views 10*.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan variabel manajemen laba, *corporate social responsibility* dan intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Secara parsial, manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak dan intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: agresivitas pajak, manajemen laba, *corporate social responsibility*, dan intensitas persediaan

Abstract

Tax aggressiveness is the company's efforts to manipulate taxable income through tax planning actions. The impact of tax aggressiveness is very detrimental, because the government cannot optimize the tax revenue that will be used to manage the country.

This study aims to determine the effect of earnings management, corporate social responsibility and inventory intensity on tax aggressiveness, both simultaneously and partially. Automotive sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange will be the object of this research. The research method used is quantitative with the aim of descriptive research. The research strategy used is a case study by taking annual report data on the IDX. The data analysis technique used is multiple linear regression with a sampling technique that is probability sampling. Management of research data is assisted with views 10 software.

Hypothesis testing results indicate that simultaneously earnings management variables, corporate social responsibility and inventory intensity of tax aggressiveness doesn't affect the tax aggressiveness. Partially, earnings management doesn't effect on tax aggressiveness, corporate social responsibility do effect on tax aggressiveness and inventory intensity doesn't effect on tax aggressiveness.

Keywords: : tax aggressiveness, earnings management, corporate social responsibility, and inventory intensity.

1. Pendahuluan

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang melakukan proses produksi dengan membeli dan mengolah bahan baku menjadi barang yang siap pakai (Rudianto, 2013). Bursa Efek Indonesia (BEI) mengelompokkan perusahaan manufaktur kedalam tiga bagian besar, sedangkan sub sektor dari perusahaan manufaktur ada sebanyak 20 (Kayo, 2019). Perusahaan sub sektor otomotif termasuk kedalam salah satu diantara 20 sub sektor perusahaan manufaktur.

Otomotif kerap dikaitkan dengan suatu mesin yang bergerak secara otomatis. Perusahaan sub sektor otomotif merupakan perusahaan yang melakukan perancangan, pemroduksian serta memasarkan produk yang berhubungan dengan kendaraan.

Industri kendaraan bermotor memperlihatkan potensi pasar yang cukup besar dalam peningkatan laju ekonomi dalam negeri. Perdagangan besar dan enceran respirasi mobil dan motor menduduki angka terbesar ketiga pada tahun 2016 dalam produk domestik bruto menurut lapangan usaha, yaitu sebesar Rp1,635,410 miliar di bawah industri Pertanian, Kehutanan, & Perikanan sebesar Rp1,671,598 miliar dan industri Pengolahan sebesar Rp2,545,204 miliar. Pada tahun 2017 Perdagangan besar dan enceran respirasi mobil dan motor tetap

menduduki angka terbesar ke tiga, yaitu sebesar Rp1,768,865 miliar di bawah industri Pertanian, Kehutanan, & Perikanan sebesar Rp1,787,963 miliar dan industri Pengolahan Rp2,739,712 miliar (Bank Indonesia, 2018).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu), menyatakan terdapat setidaknya 2000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPH) pada tahun 2016. Perusahaan-perusahaan multinasional tersebut salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, hal ini mengingat banyaknya perusahaan otomotif asing yang menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia (Ariyanti, 2016).

Penerimaan kebijakan pajak yang berlapis membuat industri otomotif sulit melaju dalam basis produksi. Pajak yang dikenakan yaitu mulai dari komponen hingga penghasilan perusahaan. Besarnya tarif pajak yang dikenakan kepada perusahaan otomotif berdampak pada harga jual kendaraan yang mahal, bahkan lebih mahal dari harga jual di negara asal prinsipal. Selain itu juga berdampak pada investor asing yang harus berpikir panjang untuk menanamkan dana investasinya.

Melihat situasi yang terjadi pada perusahaan otomotif dan ditambah dengan munculnya nama perusahaan otomotif yang menjadi salah satu perusahaan yang bermasalah dengan pajaknya, maka penulis ingin melihat apakah terjadi indikasi agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori Agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara prinsipal dengan agen, dimana prinsipal bertindak sebagai pihak yang memberi kewenangan dan agen bertindak sebagai pihak yang diberikan kewenangan (Halim, 2018). Penjelasan tentang praktek agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan dapat dikaitkan dengan teori keagenan. Dalam hal ini yang bertindak sebagai agen adalah manajemen dan yang bertindak sebagai prinsipal adalah pemegang saham.

2.1.2 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan kegiatan perencanaan pajak oleh seluruh perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif (Meiranto dan Nugraha, 2015). Agresivitas pajak merupakan bentuk penghematan pengeluaran atas pajak, sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan akan menjadi semakin besar.

Proksi yang digunakan mengukur agresivitas pajak adalah *Effective Tax Rate* (ETR). Menurut Lanis dan Richardson (2013), *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan proksi yang banyak digunakan penelitian terdahulu. Nilai ETR yang rendah dapat menjadi indikator adanya agresivitas pajak. Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang menghindari pajak dengan mengurangi penghasilan kena pajak akan tetap menjaga laba akuntansi keuangan dan memiliki nilai ETR yang rendah. Rumus dari agresivitas pajak adalah sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{BEBAN PAJAK PENGHASILAN}}{\text{PENDAPATAN SEBELUM PAJAK}}$$

2.1.3 Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan tindak untuk menaikkan atau menurunkan laba yang dilakukan oleh manajer dengan tidak menyebabkan kenaikan atau penurunan ekonomi perusahaan jangka panjang. Proksi yang digunakan mengukur manajemen laba adalah *Modifield Jones Model* dengan cara menyelisihkan total *accruals* dan *non discretionary accruals*. *Modifield Jones Model* dipilih karena merupakan model yang paling baik dalam mendeteksi manajemen laba, serta memberikan hasil yang paling stabil (Tiaras dan Wijaya, 2015). Perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Total accrual (TAC)

$$TAC_{it} = Niit - CFO_{it}$$

Keterangan:

Niit = Laba bersih perusahaan i dalam periode tahun t

CFO_{it} = Arus kas dari aktivitas operasi perusahaan i dalam periode tahun t

2. Total accrual (TA) diestimasi dengan *Ordinary Least Square*

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha + \beta_1 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

A_{it-1} = Total assets perusahaan i dalam periode tahun t-1

ΔRev_{it} = Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan I pada tahun t-1

PPE_{it} = *Property, plant, dan equipment* perusahaan i pada tahun t

3. *Non discretionary accruals* (NDA)

$$NDA_{it} = \alpha \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_1 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta Rec_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Keterangan:

ΔRec_{it} = piutang usaha perusahaan I pada tahun t dikurangi pendapatan perusahaan I pada tahun t-1

4. Discretionary Accruals (DA)

$$DA_{it} = \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Keterangan :

TAC_{it} = Total accrual perusahaan i dalam periode tahun t

A_{it-1} = total assets perusahaan i dalam periode tahun t-1

NDA_{it} = *Nondiscretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

2.1.4 Corporate Social Responsibility

Menurut Yusuf (2017), *corporate social responsibility* adalah sebuah keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan kepada masyarakat. CSR merupakan sebuah konsep untuk organisasi khususnya perusahaan yang berkewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, pekerja, pemegang saham, masyarakat, lingkungan, dalam seluruh aspek operasionalnya. *Global Reporting Initiatives 4 (GRI 4)* dipilih sebagai pengungkapan kinerja *corporate social responsibility* dalam penelitian ini. Menurut Ariwendha (2018), tahap pertama yang dilakukan yaitu dengan pemberian skor pada setiap indikator kinerja yang terdapat pada *annual report*. Skor 0 diberikan jika indikator kinerja tidak diungkapkan dan skor 1 diberikan jika indikator kinerja diungkapkan. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$CSR_i = \frac{\sum XY_i}{N_i}$$

Keterangan :

CSR_i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan i

$\sum XY_i$: Total item CSR yang diungkapkan perusahaan.

N_i : Jumlah item pengungkapan CSR menurut GRI.

2.1.5 Intensitas Persediaan

Intensitas persediaan adalah bagian dari *capital intensity ratio* yang merupakan bentuk dari investasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan investasi terhadap persediaan (Ardyansah, 2014). Proksi untuk mengukur intensitas persediaan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rasio intensitas persediaan, karena banyaknya penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan rasio tersebut. Berikut merupakan rumus dari rasio intensitas persediaan:

$$\text{Intensitas Persediaan} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Manajemen Laba, Corporate Social Responsibility, dan Intensitas Persediaan terhadap Agresivitas Pajak

Adanya praktik manajemen laba akan memengaruhi tindak agresivitas pajak pada perusahaan, hal ini terjadi ketika manajemen laba menggunakan pola *income decreasing* dalam penerapannya, yaitu usaha meminimalkan beban pajak perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan bentuk bahwa suatu perusahaan memiliki sikap tanggung jawab kepada lingkungannya. Artinya, perusahaan yang mengungkapkan CSR sesuai dengan ketentuan yang berlaku sangat menghindari perbuatan untuk memperkecil pajak perusahaan, mengingat pajak yang dibebankan juga merupakan tanggung jawab oleh perusahaan. Intensitas persediaan merupakan salah satu pengaruh terjadinya agresivitas pajak, hal ini terjadi karena tingginya tingkat intensitas persediaan akan menambah sejumlah biaya yang dimiliki perusahaan, sehingga beban pajak juga akan berkurang akibat penambahan biaya-biaya tersebut.

2.2.2 Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Scott (2015), salah satu alasan adanya manajemen laba adalah motivasi pajak. Pajak merupakan suatu beban yang harus dibayar oleh perusahaan, sehingga perusahaan lebih mungkin menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba atau *income decreasing* untuk dijadikan sebagai pilihan dalam mengurangi beban pajak, dengan tujuan meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Pada penelitian ini menduga bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin besar manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin kecil beban pajak yang dibayar perusahaan.

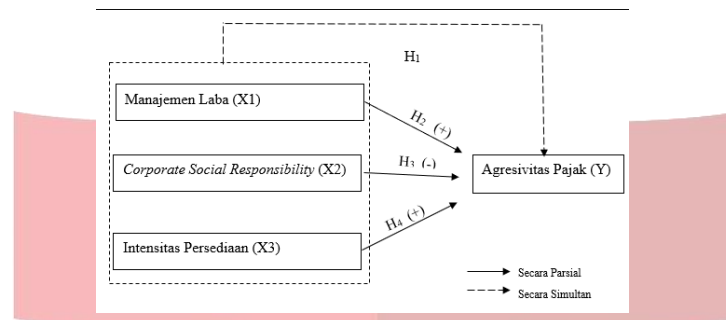
2.2.3 Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak

Menurut Makhfudloh (2018), semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin baik citra perusahaan di mata *stakeholdernya*. Perusahaan yang mengungkapkan CSR sesuai dengan ketentuan yang berlaku harusnya sangat menghindari perbuatan untuk memperkecil pajak perusahaan, mengingat pajak yang dibebankan juga merupakan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan.

Pada penelitian ini menduga bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin kecil pula kemungkinan perusahaan tersebut melakukan tindak agresivitas pajak.

2.2.4 Intensitas Persediaan terhadap Agresivitas Pajak

Intensitas persediaan mengukur tingkat efektifitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaannya (Yani, 2018). Tingginya tingkat intensitas persediaan akan menimbulkan beberapa biaya, sehingga beban pajak yang dimiliki perusahaan akan berkurang akibat biaya-biaya tersebut (Adisamarta dan Noviani, 2015). Pada penelitian ini menduga bahwa intensitas persediaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin tinggi tingkat intensitas persediaan suatu perusahaan, maka akan semakin berkurang beban pajak perusahaan.



2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Populasi yang digunakan adalah perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel dengan kriteria perusahaan sub sektor otomotif yang konsisten terdaftar di BEI periode 2016-2018. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Penerimaan PPN)
- $\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien Regresi
- α = Konstanta
- X1 = Variabel Independen (Agresivitas Pajak)
- X2 = Variabel Independen (Manajemen Laba)
- X3 = Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*)
- X4 = Variabel Independen (Intensitas Persediaan)
- e = *error term*

3 Pembahasan

3.1 Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil pengujian statistik deskriptif dari variabel Agresivitas Pajak, Manajemen Laba, *Corporate Social Responsibility* dan Intensitas Persediaan.

Tabel 1 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

	Agresivitas Pajak	Manajemen Laba	CSR	Intensitas Persediaan
Mean	0,24557	0,09182	0,22658	0,14507
Maksimum	0,36027	0,22111	0,36263	0,30556
Minimum	0,1112	0,00768	0,10989	0,04473

Standar Deviasi	0,0617	0,05404	0,08501	0,07147
-----------------	--------	---------	---------	---------

Sumber : Data yang diolah penulis, 2020

Pada tabel 1, menunjukkan bahwa nilai rata-rata agresivitas pajak lebih besar dibandingkan dengan standar deviasinya yang berarti bahwa variabel agresivitas pajak tidak bervariasi. Nilai rata-rata manajemen laba menunjukkan bahwa lebih tbesar dibandingkan dari standar deviasinya yang berarti manajemen laba tidak bervariasi. *Corporate Social Responsibility* menunjukkan bahwa nilai rata-rata pada CSR lebih tinggi dari standar deviasinya yang berarti CSR tidak bervariasi. Intensitas Persediaan menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan dengan standar deviasinya dimana dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas persediaan tidak bervariasi.

3.2 Analisis Data Panel

3.2.1 Uji Chow

Tabel 2 Uji Chow

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.663740	(6,11)	0.6809
Cross-section Chi-square	6.488657	6	0.3707

Sumber: Hasil output eviews versi 10, 2020

Berdasarkan hasil uji signifikansi fixed effect, diperoleh nilai profitabilitas cross section F sebesar 0,6809. Sehingga nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, maka berdasarkan hasil tersebut bahwa H₀ diterima, sehingga model terbaik yang dapat digunakan adalah common effect.

3.2.2 Uji signifikansi Lagrange Multiplier

Tabel 3. Hasil Uji signifikansi Lagrange Multiplier

Lagrange multiplier (LM) test for panel data
Date: 07/21/20 Time: 15:07
Sample: 2016 2018
Total panel observations: 21
Probability in ()

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	1.071286 (0.3007)	0.033497 (0.8548)	1.104783 (0.2932)
Honda	-1.035029 (0.8497)	0.183022 (0.4274)	-0.602461 (0.7266)
King-Wu	-1.035029 (0.8497)	0.183022 (0.4274)	-0.359013 (0.6402)
GHM	--	--	0.033497 (0.6732)

Berdasarkan hasil pengujian lagrange multiplier, diperoleh nilai probabilitas cross section Breush-Pagan sebesar 0,3007 lebih dari taraf signifikansi 0,05. Hasil tersebut memiliki arti yaitu pengambilan keputusan H₀ diterima atau penelitian menggunakan metode common effect lebih baik dari pada random effect.

3.2.3 Hasil Penelitian Model Regresi Data Panel

Tabel 4. Hasil Uji signifikansi *common effect*

Dependent Variable: ETR
 Method: Panel Least Squares
 Date: 07/21/20 Time: 15:22
 Sample: 2016 2018
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 9
 Total panel (balanced) observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DA	0.248423	0.254886	0.974642	0.3434
CSR	-0.372881	0.168674	-2.210664	0.0411
ITP	-0.166603	0.216219	-0.770530	0.4516
C	0.331598	0.060328	5.496596	0.0000
R-squared	0.274632	Mean dependent var		0.245570
Adjusted R-squared	0.146626	S.D. dependent var		0.061708
S.E. of regression	0.057005	Akaike info criterion		-2.721706
Sum squared resid	0.055243	Schwarz criterion		-2.522749
Log likelihood	32.57791	Hannan-Quinn criter.		-2.678527
F-statistic	2.145459	Durbin-Watson stat		2.414934
Prob(F-statistic)	0.132164			

Sumber: Diolah Oleh Penulis, (2020)

Persamaan regresi dapat diartikan sebagai berikut:

- Hasil regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,331598, apa bila manajemen laba, *corporate social responsibility*, dan intensitas persediaan dianggap konstanta atau nol, maka nilai ETR sebesar 0,331598.
- Koefisien regresi dari variabel manajemen laba adalah sebesar 0,248423 yang artinya apabila terjadi perubahan kenaikan manajemen laba sebesar 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka agresivitas pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,248423 satuan
- Koefisien regresi dari variabel CSR adalah sebesar -0,372881 yang artinya apabila terjadi perubahan kenaikan CSR sebesar 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka agresivitas pajak akan mengalami penurunan sebesar 0,372881 satuan.
- Koefisien regresi dari variabel intensitas persediaan adalah sebesar -0,166603 yang artinya apabila terjadi perubahan kenaikan intensitas persediaan sebesar 1 satuan (asumsi variabel lainnya konstan), maka agresivitas pajak akan mengalami penurunan sebesar 0,166603 satuan.

Pembahasan:

1. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Penerimaan Agresivitas Pajak

Koefisien regresi variabel manajemen laba adalah sebesar 0,3434 dengan nilai koefisien 0,248423. Nilai tersebut menunjukkan hasil bahwa $0,3434 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima H_{a1} ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang berarti bahwa besar kecilnya manajemen laba tidak mempengaruhi terhadap tinggi rendahnya agresivitas pajak yang diperoleh perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di BEI untuk periode 2016-2018.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penerimaan Agresivitas Pajak

Nilai Koefisien Regresi variabel CSR adalah sebesar 0,0411 dengan nilai koefisien -0,37288. Nilai tersebut menunjukkan hasil bahwa $0,0411 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak H_{a1} diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, yang berarti bahwa tingginya CSR suatu perusahaan akan meningkatkan agresivitas pajak perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di BEI untuk periode 2016-2018.

3. Pengaruh Intensitas persediaan Terhadap Agresivitas Pajak

Nilai Koefisien Regresi Variabel intensitas persediaan adalah sebesar 0,4516 dengan nilai koefisien -0,1666. Nilai tersebut menunjukkan hasil bahwa $0,4516 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} diterima H_{a1} ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang berarti bahwa besar kecilnya intensitas persediaan tidak mempengaruhi terhadap

tinggi rendahnya agresivitas pajak yang diperoleh perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di BEI untuk periode 2016-2018.

4. Kesimpulan

- a. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen laba, *corporate social responsibility* dan intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.
- b. Pengaruh secara parsial masing-masing variabel terhadap agresivitas pajak adalah sebagai berikut:
 - Manajemen laba tidak berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak
 - *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.
 - Intensitas Persediaan tidak Berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

5. Saran

A. Aspek Teoritis

a. Aspek Akedimisi

Peneliti menyarankan agar hasil penelitian ini dapat dijadikan pandangan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu perkembangan khususnya perpajakan.

b. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbarui tahun sampel penelitian dengan tahun penelitian terbaru dan mengganti populasi penelitian yang tidak hanya sub sektor otomotif, tetapi pada sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Disarankan juga agar peneliti selanjutnya menggunakan proksi lain dalam menghitung variabel dependen yaitu agresivitas pajak maupun variabel independen yaitu manajemen laba, *corporate social responsibility* dan intensitas persediaan.

B. Aspek Praktis

a. Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR masih terbilang rendah. Penulis menyarankan agar perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa mencoba meminimalisir pajak yang berlaku.

b. Pemerintah

Pemerintah disarankan memberikan pertimbangan untuk membuat kebijakan ataupun peraturan perundang-undangan yang lebih ketat agar dapat meminimalisir adanya praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusaha

Daftar Pustaka

- [1] Adishamarta, I. P., & Noviari, N. (2015). PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, INTENSITAS PERSEDIAAN DAN INTENSITAS ASET TETAP PADA TINGKAT AGRESIVITAS WAJIB PAJAK BADAN. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.13.3 .
- [2] Ardyansah, Danis, & Zulaikha. (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio dan Komisaris Independen terhadap effective tax rate. *Journal Accounting*, Vol 3, No 2.
- [3] Arfi, F. (2016, September 15). *Suzuki Ketahuan Gelapkan Pajak?* Retrieved from autonetmagz.com: <https://autonetmagz.com/suzuki-ketahuan-gelapkan-pajak/45209/>
- [4] Ariyanti, F. (2016, maret 26). *2.000 Perusahaan Asing Gelapkan Pajak Selama 10 Tahun*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2469089/2000-perusahaan-asing-gelapkan-pajak-selama-10-tahun>
- [5] Halim, A. (2007). *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Salemba empat.
- [6] Kayo, E. S. (2019, 5 03). *Perusahaan Manufaktur*. Retrieved from SahamOke.com: <https://www.sahamok.com/tentang/>
- [7] Makhfudloh, F. (2018). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PERENCANAAN PAJAK. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol 18, No 1.
- [8] Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY

TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, Volume 4, Nomor 4, Halaman 1-14 ISSN (Online): 2337-3806.

Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen : Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.

Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory Sevent Edition*. United States: Canada Catalounging.

tiaras, I., & wijaya, h. (2015). Jurnal akuntansi. *PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, MANAJEMEN LABA, KOMISARIS INDEPENDEN DAN UKURAN PERUSAHAAN*, Vol 111.

Yani, P. D. (2018). Pengaruh profitabilitas, Likuiditas, Intensitas Persediaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak Pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Akuntansi*.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

