***LITERATURE REVIEW*: PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *SALES GROWTH* DAN *PROFITABILITY* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

**Fadel Muhamad1, Cris Kuntadi 2**

1)Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IKPIA PERBANAS, email:fadelmuhamadd@gmail.com

2) Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Email: cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id

*Corresponding author:* Fadel Muhamad1

**Abstrak**: Agresivitas pajak merupakan salah satu upaya perusahaan atau pihak manajemen dalam meminimalisir dan menekan beban pajak yang dibayarkan kepada pemerintah. Namun, semakin banyak celah yang digunakan oleh perusahaan maka perusahaan diindikasi akan semakin agresif terhadap pajak. Semakin tinggi penghasilan yang diperoleh perusahaan, maka akan semakin besar pajak yang terutang. Artikel ini mereview faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak, yaitu *corporate social responsibility*, *sales growth* dan *profitability* suatu studi literatur akuntansi perpajakan. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian literatur *(literature review)* dengan meneliti teori dari setiap variabel dan pengaruh antar variabel dari jurnal secara *online* yang bersumber dari Mendeley, Scholar Google dan media online lainnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak; 2) *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak; dan 3) p*rofitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**Keyword:** *Corporate Social Responsibility, Sales Growth*, *Profitability* dan Agresivitas Pajak

**LATAR BELAKANG**

Agresivitas pajak merupakan salah satu upaya perusahaan atau pihak manajemen dalam meminimalisir dan menekan beban pajak yang dibayarkan kepada pemerintah (Leksono, Albertus, & Vhalery, 2019). Namun, semakin banyak celah yang digunakan oleh perusahaan maka perusahaan diindikasi akan semakin agresif terhadap pajak. Semakin tinggi penghasilan yang diperoleh perusahaan, maka akan semakin besar pajak yang terutang (Pohan, 2013). Salah satu faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak yaitu c*orporate social responsibility*. Hubungan antara pengungkapan CSR dan agresivitas pajak merupakan tujuan utama perusahaan untuk mencapai keuntungan yang maksimal tanpa menghilangkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Semakin banyak jumlah pajak yang disetor oleh suatu entitas, semakin tinggi pendapatan pajak yang diterima oleh negara. Kebalikannya bagi perusahaan, pajak adalah kewajiban yang wajib dipenuhi dan bisa mengurangi keuntungan bersih yang diperoleh oleh perusahaan. Situasi ini mendorong perusahaan untuk mengambil langkah-langkah guna mengurangi jumlah pajak yang harus disetor oleh entitas. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa bagi entitas, pajak dianggap sebagai pengeluaran yang dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh entitas. Semakin tinggi biaya pajak, semakin rendah laba atau keuntungan yang dapat diperoleh Perusahaan (Sudarajat, Kuntadi, & Pramukti, 2023).

Ketika sebuah perusahaan terlibat dalam agresivitas pajak, umumnya diasumsikan tidak membayar beban pajak yang sebenarnya untuk pembangunan negara. Kurangnya penerimaan pemerintah akibat agresi pajak menyebabkan kerugian bagi masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, agresivitas pajak perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial. Faktor selanjutnya agresivitas pajak yaitu pertumbuhan penjualan. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat, bisnis menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi sementara pada saat yang sama dikenakan beban pajak yang lebih tinggi, dan perusahaan cenderung melakukan tindakan pajak yang agresif. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berdampak positif terhadap agresivitas pajak. Namun, hal ini berbeda dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berdampak negatif terhadap agresivitas pajak. Sementara itu, sebuah penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Selanjutnya, faktor yang memicu perusahaan melakukan agresivitas pajak adalah besarnya laba yang diperoleh perusahaan. Pernyataan ini dibuktikan dalam penelitiannya yang menguji *profitability* memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal inilah yang mendorong perusahaan untuk mengelola labanya supaya terlihat rendah dalam laporan keuangan. Salah satu cara yang biasa dilakukan perusahaan adalah dengan memaksimalkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan.

Salah satu fenomena dari agresivitas pajak yang pernah terjadi di negara kita adalah kejadian yang pernah dilaporkan oleh Tax Justice Network pada tanggal 8 Mei 2019. Dalam kasus ini, ditemukan bahwa perusahaan tembakau milik British American Tobacco (BAT) memalui PT. Bantoel Internasional Investama Tbk melakukan penggelapan pajak di Indonesia. Dampaknya adalah kerugian sekitar $14 juta per tahun bagi negara. Laporan tersebut juga menyatakan bahwa BAT melakukan transfer sebagian pendapatan mereka keluar dari Indonesia melalui metode seperti pinjaman dalam perusahaan, pembayaran royalti, biaya dan layanan yang dikirim ke Inggris (Tribunnews.com, 2019).

**RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

**KAJIAN TEORI**

***Agency Theory***

Teori agensi merupakan sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara prinsipal dan agen. Prinsipal menugaskan agen untuk bekerja pada kepentingan atau tujuan prinsipal. Dengan demikian, prinsipal mendelegasikan wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan dalam mencapai tujuan tersebut. (Supriyono, 2018).

Selanjutnya dalam teori keagenan, (Meckling, 1976) berpendapat bahwa masalah seperti konflik kepentingan dan asimetri informasi muncul antara manajer sebagai agen dan pemilik (pemegang saham) atau prinsipal. Asimetri informasi memungkinkan manajer untuk memaksimalkan nilai ekuitas perusahaan mereka dengan mengungkapkan informasi akuntansi dan menerima insentif dan bonus pribadi. Hal ini dapat terjadi karena admin memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan daripada pemiliknya. (Juliarto, 2019).

**Teori *Stakeholder***

Aspek pertama dari teori pemangku kepentingan adalah bahwa pemangku kepentingan adalah sistem yang secara eksplisit didasarkan pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengingat sifat interaksi yang kompleks dan dinamis di antara mereka. Stakeholder dan organisasi saling mempengaruhi dan tercermin dalam hubungan sosial dalam bentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan mereka. (Nur & Priantinah, 2012)

Di sisi lain, semakin buruk hubungan bisnis, semakin sulit jadinya. Hubungan pemangku kepentingan yang kuat dibangun di atas kepercayaan, rasa hormat, dan kerja sama. Teori pemangku kepentingan adalah konsep manajemen strategis yang dirancang untuk membantu perusahaan memperkuat hubungan mereka dengan kelompok eksternal dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. (Mardianto, 2014) Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan harus menguntungkan *stakeholder-*nya, bukan hanya entitas yang bertindak semata-mata untuk dirinya sendiri. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholders* kepada perusahaan. Gray et al. telah menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan para stakeholder-nya, dan aktivitas perusahaan adalah mencari dukungan tersebut. Semakin kuat stakeholder, semakin banyak upaya yang dibutuhkan perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dan stakeholder-nya. (Handoko, 2014).

**Agresivitas Pajak**

Kebijakan pajak proaktif adalah tindakan perusahaan yang bertujuan untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Rezim pajak proaktif adalah keinginan perusahaan untuk meminimalkan beban pajaknya melalui kegiatan perencanaan pajak yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. (Leksono, Albertus, & Vhalery, 2019)

Frank lebih lanjut mendefinisikan agresivitas pajak sebagai perilaku perusahaan yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak melalui perencanaan pajak legal (penghindaran pajak) atau ilegal (penghindaran pajak). (Frank, Lynch, & Rego, 2009) lebih lanjut Frank berpendapat bahwa pajak merupakan bagian dari administrasi perpajakan dalam hal ini, perencanaan pajak, dikombinasikan dengan penghindaran dan penghindaran pajak, mengarah pada penghindaran pajak yang tertanam dalam tindakan legislatif untuk mengurangi pembayaran pajak perusahaan. Oleh karena itu, tindakan penghindaran pajak merugikan pemerintah karena dapat mengurangi pendapatan dari departemen pajak pemerintah (Savitri & Rahmawati, 2017).

Berbagai pengukuran tingkat agresivitas pajak diuraikan sebagai berikut.

1. ***Effective Tax Rate* (ETR)**

Agresivitas pajak dengan *Effective Tax Rate* (ETR). *Effective Tax Rate* (ETR), dapat menggambarkan perbedaan antara laba buku dengan laba fiskal perusahaan. Apabila nilai ETR atau *Effective Tax Rate* tinggi, maka semakin rendah agresivitas pajaknya. Hal tersebut mengindikasikan agresivitas pajak yang rendah.



1. ***Cash Effective Tax Rate* (CETR)**

*Cash Effective Tax Rate* digunakan untuk mengetahui keagresifan perencanaan pajak perusahaan, yang dapat dihitung dari mengakomodasikan jumlah kas pajak perusahaan. Apabila nilai CETR atau *Cash Effective Tax Rate* tinggi maka, semakin rendah agresivitas pajaknya. Hal tersebut mengindikasikan Tindakan agresivitas pajak yang rendah.

****

1. ***Book Tax Different* (BTD)**

*Book Tax Different* digunakan untuk merefleksikan perbedaan antara laba berdasarkan buku dengan pendapatan pajak terhadap total asset perusahaan. Perhitungan *Book Tax Different* terbagi menjadi dua ; *pertama* dikenal dengan *Book Tax Different* Manzon- Plesko (BTD\_MP). *Kedua*, yang kemudian dikenal dengan *Book Tax Different* Desai-Dharmapala (BTD\_DD). Apabila nilai BTD atau *Book Tax Different* tinggi, maka semakin mengindikasikan agresivitas pajak yang tinggi pula.



**Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Said, memberikan pengertian mengenai CSR, sebagai berikut : (Said, 2018) “Sebagai upaya meningkatkan citra publik perusahaan dengan membuat program filantropi eksternal dan internal. Kemitraan berkelanjutan yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan sekitarnya. Program eksternal dengan, sementara secara internal, kami dapat menjadi sangat produktif, menghasilkan keuntungan maksimal dan mengembangkan karyawan kami”.

Pengertian CSR menurut Nurlela, yaitu (Nurlela, 2019) “CSR adalah upaya berkelanjutan oleh perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawannya, keluarga mereka, komunitas local dan masyarakat secara keseluruhan”.

Selanjutnya pengertian CSR menurut (Lasia & Rusmana, 2019) “Merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan.”

***Sales Growth***

Menurut Kasmir “Rasio pertumbuhan (Growth Ratio), merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya”. (Kasmir, 2016) Dari denifinisi tersebut, maka disimpulkan pertumbuhan merupakan ukuran seberapa baik suatu perusahaan dapat mempertahankan posisinya dalam perekonomian yang sedang tumbuh.

Selanjutnya *Sales growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisinya dalam industri dan ekonomi. (Irham, 2018).

pertumbuhan laba merupakan keberhasilan investasi suatu perusahaan pada periode sebelumnya dan dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan laba laba perusahaan di masa yang akan datang. (Widhiari & Merkusiwati, 2015) Untuk mengetahui laju pertumbuhan penjualan, rumusnya adalah (Nilai Pos Tahun II / Nilai Pos Tahun I) x 100%. Dimana penjualan yang dipakai untuk rumus di atas adalah penjualan bersih *(net sales)*, bukan penjualan kotor *(gross sales)* yang mungkin akan berkurang akibat potongan harga dan atau retur”. (Yusuf, 2014).

Rumus yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut (Budiman, 2018):



***Profitability***

Rasio *profitability* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. (Kasmir, 2016), sedangkan Hartono menjelaskan *profitability* adalah sebagai berikut: “Rasio *profitability* merupakan rasio yang diperoleh untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba”. (Hartono, 2018)

*Profitability* dapat diukur dengan beberapa rumus sebagai berikut: (Hartono, 2018)



**Penelitian terdahulu yang relevan**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Author (tahun)** | **Hasil Riset terdahulu** | **Persamaan dengan artikel ini** | **Perbedaan dengan artikel ini** |
| 1 | (Tahar & Rachmawati, 2020) | *Corporate governance, corporate social responsibility & leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak | *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak  | *Corporate governance, leverage, dan* ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak |
| 2 | (Suryarini, Hajawiyah, & Munawaroh, 2021) | *Corporate social responsibility* dan *intangible assets* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. *Capital intensity* dan *inventory intensity* berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak | *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak | *Capital intensity, inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak*,* dan *Intangible Assets* berpengaruh terhadap  |
| 3 | (Khomsiyah, Muttaqiin, & Katias, 2021) | *Sales growth,* profitabilitas, *leverage,* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Tata kelola perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.  | *Sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. | Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tata kelola perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. |
| .4 | (Akbar, Irawati, Wulandari, & Barli, 2020) | *Sales growth* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. | *Sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak . | Profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan keluarga tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. |
| .5 | (Simamora & Rahayu, 2020) | *Profitability* berpengaruh terhadap agersivitas pajak. *Capital intensity* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. | *Profitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. | *Capital intensity* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. |
| 6 | (Rosadani & Wulandari, 2023) | *Profitability, capital intensity,* ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agersivitas pajak. *Sales growth* berpengaruh negatif terhadap agersivitas pajak. | *Profitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. | *Capital intensity,* ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agersivitas pajak. *Sales growth* berpengaruh negatif terhadap agersivitas pajak. |

**METODE PENULISAN**

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian literatur *(literature review)* dengan meneliti teori dari setiap variabel dan pengaruh antar variabel dari jurnal secara *online* yang bersumber dari Mendeley, Scholar Google dan media online lainnya.

Populasi yang digunakan adalah seluruh literatur yang pernah dilakukan penelitian di bidang penerapan *corporate social responsibilty*, *sales growth, profitability*, dan agersivitas pajak. Dalam pemilihan sampel dilakukan dalam empat langkah, yaitu menganalisis informasi terkait, pengumpulan beberapa literatur yang relevan dengan topik penelitian, mengidentifikasi variabel yang relevan dengan topik dan yang terakhir membangun kerangka konseptual.

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* adalah:

1. **Pengaruh *corporate social responsibilty (CSR)* terhadap agresivitas pajak**

Hasil penelitian Tahar & Rachmawati (2020) diketahui bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil pengujian Suryarini, Hajawiyah & Munawaroh (2021) dapat dibuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak. Koefisien negatif pada variabel CETR menunjukkan adanya pengaruh negatif pengungkapan CSR terhadap *effective tax rate* perusahaan. Dimana semakin tinggi CETR maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan. Dengan demikian, pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap tingkat agresivitas pajak perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Minor & Morgan (2011). Perusahaan meningkatkan aktivitas dan pengungkapan CSR untuk meminimalkan risiko reputasi yang mungkin timbul dari praktik penghindaran pajak yang agresif (Minor dan Morgan 2011). Perusahaan mengungkapkan CSR untuk menutupi agresivitas pajak perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yunistina & Tahar (2017) dan Mumtahanah & Septiani (2017).

Berdasarkan hasil pengujian Rahayu & Wahjudi (2021) diketahui bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian Laguir et al., (2015) yang meneliti menggunakan sampel perusahaan yang berada di Prancis yang mendapatkan hasil perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dimensi ekonomi secara baik dan mendapatkan hasil yang tinggi cenderung melakukan agresivitas.

1. **Pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak**

Bersumber pada hasil penelitian Khomsiyah, Muttaqiin & Katias (2021) menandakan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel agresivitas pajak. karena semakin besar penjualan semakin besar pendapatan atau laba yang didapatkan dan semakin besar laba maka akan semakin besar pula beban pajak yang ditanggung perusahaan. Oleh karena itu, penjualan memiliki pengaruh yang signifikan atas terjadinya tindakan agresivitas pajak.

Bersumber pada hasil penelitian Akbar, Irawati, Wulandari & Barli (2020) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2018) bahwa pertumbuhan perusahaan yang memakai proxy pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan penelitian Juliana, Arieftiara, & Nugraheni (2020) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewinta & Setiawan (2016) dan Januari & Suardikha (2019) yang dimana mengatakan bahwa semakin besar pertumbuhan penjualan perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar volume penjualan, maka laba pun akan meningkat sehingga hal ini menyebabkan semakin tinggi juga aktivitas penghindaran pajak.

1. **Pengaruh *profitability* terhadap agresivitas pajak**

*Profitability* berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2018. Yang artinya hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah ditentukan. Perusahaan yang memiliki laba rendah memiliki beban perusahaan yang rendah juga, sehingga menyebabkan perusahaan melakukan agresivitas pajak. Profitabilitas berpengaruh karena semakin rendah profitabilitas akan semakin melakukan agresivitas pajak. (Simamora & Rahayu, 2020).

*Profitability* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan, hal tersebut selaras dengan teori keagenan, dimana agen adalah pihak yang mengetauhi bagaimana keadaan perusahaan yang sebenarnya. Agen diberikan wewenang oleh prinsipal untuk melakukan kewajiban perpajakannya secara *self assessment* dan disitulah perusahaan dapat mencari celah celah yang dapat mengurangi laba perusahaan tersebut, karena semakin besar laba perusahaan akan semakin besar pula profitabilitas yang dimiliki sebuah perusahaan, dan akan berdampak kepada pembayaran pajak yang lebih besar. Sedangkan pembayaran yang besar tidak di inginkan oleh perusahaan. (Rosadani & Wulandari, 2023)

Berdasarkan hasil penelitian Ningsih & Noviari (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya profitabilitas, maka semakin meningkat juga tingkat agresivitas pajak tersebut. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang semakin tinggi justru perusahaan semakin tidak merelakan sebagian keuntungannya digunakan sebagai pembayaran pajak sehingga banyak upaya yang dilakukan untuk memanajemen beban pajak seperti memanipulasi laporan keuangan perusahaan sehingga menunjukan profitabilitas perusahaan stabil dan konstan ataupun tidak terjadinya kenaikan yang signifikan.

**KERANGKA KONSEPTUAL**

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.

***SALES GROWTH* (X2)**

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (X1)**

**AGRESIVITAS PAJAK (Y)**

***PROFITABILITY* (X3)**

Berdasarkan gambar *conceptual framework* di atas, *corporate social responsibility*, *sales growth*, dan *profitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Selain dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi agresivitas pajak, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

1. *Corporate governance :* (Tahar & Rachmawati, 2020)
2. *Leverage :* (Tahar & Rachmawati, 2020)
3. Ukuran Perusahaan : (Tahar & Rachmawati, 2020)
4. *Capital intensity* : (Suryarini, Hajawiyah, & Munawaroh, 2021)
5. *Inventory intensity* : (Suryarini, Hajawiyah, & Munawaroh, 2021)
6. *Intangible assets* : (Suryarini, Hajawiyah, & Munawaroh, 2021)
7. Kepemilikan keluarga : (Akbar, Irawati, Wulandari, & Barli, 2020)

**KESIMPULAN**

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat dirumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
2. *Sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
3. *Profitability* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

**SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi agresivitas pajak, selain dari *corporate social responsibility*, *sales growth* dan *profitability* pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat memepengaruhi agresivitas pajak selain yang varibel yang di teliti pada arikel ini. Faktor lain tersebut seperti *corporate governance, leverage,* ukuran perusahaan, *capital intensity, inventory intensity, intangible assets* & kepemilikan keluarga.

# Bibliography

Akbar, Z., Irawati, W., Wulandari, R., & Barli, H. (2020). ANALISIS PROFITABILITAS, LEVERAGE, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN KEPEMILIKAN KELUARGA TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *Jurnal Akuntansi*.

Budiman, R. (2018). *Rahasia Analisis Fundamental Saham.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Chairil, P. A. (2013). *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan dan Bisnis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Frank, M. M., Lynch, J. L., & Rego, S. O. (2009). Tax Reporting Aggresiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 467-496.

Handoko, H. T. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Hapzi, A., & Limakrisna, N. (2013). *Buku Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi).* Yogyakarta: Deepublish.

Hartono. (2018). *Buku Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio dan SPSS.* Yogyakarta: Deepublish.

Insani, D. A., Wahyudin, A., Aini, L. N., & Anas, Z. (2022). Pengaruh corporate social responsibility dan good corporate governance terhadap agresivitas perpajakan. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 216-226.

Irham, F. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan.* Bandung: Alfabeta.

Juliana, D., Arieftiara, D., & Nugraheni, R. (2020). PENGARUH INTENSITAS MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN,. *PROSIDING BIEMA* (pp. 1257-1271). Jakarta: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar.

Juliarto, R. N. (2019). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP HARGA PASAR SAHAM. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1-12.

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik).* Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Khomsiyah, N., Muttaqiin, N., & Katias, P. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, TATA KELOLA PERUSAHAAN, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI. *Jurnal Ecopreneur*.

Lasia, A., & Rusmana, I. M. (2019). Pembelajaran Matematika Menyenangkan Dengan Aplikasi Kuis Online Quizizz. *Jurnal Pendidikan Matematika PROSIDING SESIOMADIKA Universitas Singaperbangsa Karawang*, 4-5.

Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTING DI BEI PERIODE TAHUN 2013–2017. *Journal of Applied Business and Economic*.

Mardianto, A. (2014). *Management Recruitment.* Jakarta: Pinasthika Publisher.

Meckling, M. C. (1976). THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE.

Ningsih, I. A., & Noviari, N. (2021). Financial Distress, Sales Growth, Profitabilitas dan Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 229-244.

Nur, M., & Priantinah, D. (2012). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPANCORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI INDONESIA (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN BERKATEGORI HIGH PROFILE YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA). *Jurnal Nominal*.

Nurlela, L. (2019). Peran Pengungkapan CSR dan Mekanisme GCG Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica*.

Nursita, M. (2023). ANALISIS FAKTOR AGRESIVITAS PAJAK: CAPITAL INTENSITY, PROFITABILITAS, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. *Journal of Applied Business and Economic*, 225-238.

Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan dan Bisnis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rahayu, D. D., & Wahjudi, E. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ROA, LEVERAGE, SIZE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*.

Ramadhani, W. S., Triyanto, D. N., & Kurnia. (2020). Pengaruh Hedging, Financial Lease dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 107-116.

Robin, Toni, N., & Simorangkir, E. N. (2021). The Influence of Transfer Pricing, Corporate Governance, CSR, and Earnings Management on Tax Aggressiveness. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*.

Rosadani, N. S., & Wulandari, S. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, CAPITAL INTENSITY, UKURAN PERUSAHAAN, DAN SALES GROWTH TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*.

Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif.* Yogyakarta: Deepublish.

Salsabela, N., & Andriani, S. (2023). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Konservatisme Akuntansi: Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*.

Savitri, D. A., & Rahmawati, I. N. (2017). PENGARUH LEVERAGE, INTENSITAS PERSEDIAAN, INTENSITAS ASET TETAP, DAN PROFITABILITAS TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*.

Simamora, A. M., & Rahayu, S. (2020). PENGARUH CAPITAL INTENSITY, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (STUDI EMPIRIS PADA SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2018). *JMM Online*, 140-155.

Sudarajat, D. M., Kuntadi, C., & Pramukti, R. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, INTENSITAS PERSEDIAAN, DAN INTENSITAS MODAL TERHADAP TINGKAT AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Logistik*, 446-457.

Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi Keperilakuan.* UGM Press.

Suryarini, T., Hajawiyah, A., & Munawaroh, S. (2021). The Impact of CSR, Capital Intensity, Inventory Intensity, and Intangible Assets on Tax Aggressiveness. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 168-179.

Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). PENGARUH ADVERTISING INTENSITY, INVENTORY INTENSITY, DAN SALES GROWTH TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *JurnalAkuntansi Unesa*.

Tahar, A., & Rachmawati, D. (2020). PENGARUH MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI*, 98-115.

Widhiari, N. M., & Merkusiwati, N. L. (2015). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, LEVERAGE, OPERATING CAPACITY, DAN SALES GROWTH TERHADAP FINANCIAL DISTRESS. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 456-469.

Widodo, S. W., & Wulandari, S. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, CAPITAL INTENSITY, SALES GROWTH DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *SIMAK*, 152-173.

Yusuf, A. M. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.* Jakarta: Prenamedia Group.