

**PENGARUH *LEVERAGE*, *CAPITAL INTENSITY*,
DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK**

SKRIPSI

UNTUK SEMINAR PROPOSAL



Oleh:

ZASKIA DEWITA AZZAHRA CAHYANI

2201036080

S1 AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MULAWARMAN

SAMARINDA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pengaruh *Leverage, Capital Intensity, Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak
Nama Mahasiswa : Zaskia Dewita Azzahra Cahyani
NIM : 2201036080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Akuntansi

Diajukan untuk Seminar Proposal

Menyetujui,

Samarinda, 2 Oktober 2025

Pembimbing,

Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA., CMA
NIP. 19701018995122001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mulawarman

Dr. Fibriyani Nur Khairin, S.E., Ak., MSA., CA., CSP., CIQaR
NIP. 198502042009122007

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	9
2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder</i>)	10
2.1.3 Agresivitas Pajak	11
2.1.4 Leverage	12
2.1.5 Capital Intensity	13
2.1.6 Corporate Social Responsibility	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pikir	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.4.1 Pengaruh Leverage Terhadap Tax Aggressiveness	22
2.4.2 Pengaruh Capital Intensity Terhadap Tax Aggressiveness	23
2.4.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Aggressiveness	24
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2.1 Leverage	27
3.2.2 Capital Intensity	27
3.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)	27
3.2.4 Tax Aggressiveness	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Alat Analisis Data	31
3.7 Metode Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	31
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	32
3.7.3 Regresi Linear Berganda	34
3.7.4 Uji Hipotesis	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Eliminasi Populasi	30
Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi dengan Durbin-Watson	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 2.2 Model Penelitian	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024	42
Lampiran 2 Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel Penelitian.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, berbagai layanan publik, program kesehatan, dan program pemerintah lainnya dibiayai oleh Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Indonesia melalui pajak. Anggaran negara sebagian besar didanai oleh perusahaan Indonesia, termasuk sektor swasta dan badan usaha yang membayar pajak. Sebagai salah satu instrument fiskal, pajak memiliki peran penting dalam negara dan mendukung kemajuan pemerintahan negara. Pajak adalah sumber utama penerimaan negara dan berkontribusi besar pada kemajuan dan kesejahteraan negara.

Menurut UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Ketentuan Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang diberikan oleh individu maupun badan tanpa mendapatkan imbalan secara langsung dan dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat (A. Pratama & Wuryaningsih, 2025). Pemerintah merilis bahwa realisasi penerimaan pajak senilai Rp1.932,4 triliun pada tahun 2024, capaian ini setara dengan 97,2% dari target pada UU APBN senilai Rp1.989 triliun, penerimaan pajak ini masih mengalami pertumbuhan sebesar 3,5%, capaian ini menginformasikan bahwa pajak adalah salah satu pilar utama dalam pembiayaan negara. Meskipun kontribusi pajak makin meningkat, masih terdapat tantangan terhadap memaksimalkan penerimaan pajak negara.

Tabel 1.1 Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak

Tahun	Target Penerimaan Pajak	Realisasi penerimaan Pajak	Keterangan
2021	Rp1.229,6 triliun	Rp1.231,87 triliun	100,19% terhadap target
2022	Rp1.485,1 triliun	Rp1.716,8 triliun	115,6% terhadap target
2023	Rp1.818,3 triliun	Rp1.869,23 triliun	102,80% terhadap target
2024	Rp1.988,9 triliun	Rp1.932,4 triliun	97,2%

Sumber; Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Berdasarkan data DJP, Indonesia menunjukkan tanda pemulihan ekonomi karena penerimaan pajak Kembali menunjukkan tren positif dengan mencapai Rp1.278,63 triliun atau tumbuh sebesar Rp19,3%. Pada tahun 2022, momen pertumbuhan ini semakin menguat dengan peningkatan sebesar 34,3% dari tahun 2021. Tren pertumbuhan ini melaju lebih moderat pada tahun 2023 sekitar 8,9% tetap penerimaan pajak negara mencapai Rp1.869,23. Tahun 2024 menunjukkan tren pertumbuhan menjadi menurun sebesar 3,5% setara Rp1.932,4 triliun dan belum memenuhi target yang telah ditetapkan dalam UU APBN.

Dilansir dari laporan Tax Justice Network bahwa Indonesia kehilangan sekitar US\$2.736,5 juta setara dengan Rp44 triliun karena adanya penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu diperkirakan perusahaan multinasional melakukan penghindaran pajak yang menyebabkan kerugian negara sebesar US\$2,2 miliar. Laporan Tax Justice Network memperkirakan kerugian pajak Indonesia tahun 2021 akibat penghindaran oleh perusahaan multinasional, mencapai 2,2 miliar dolar atau sekitar 32 triliun rupiah atau setara 19,8 persen anggaran kesehatan Indonesia.

Perusahaan sebagai wajib pajak sering kali melakukan cara untuk meminimalkan kewajiban pajak mereka yang mencakup metode yang berada wdi wilayah abu-abu. Praktik ini dilakukan melalui berbagai metode seperti menggunakan fasilitas keringanan pajak dan ketidakpastian regulasi pajak negara. Situasi ini juga berlaku untuk industri makanan dan minuman Indonesia. Hal ini terlihat dalam laporan beberapa perusahaan dari tahun 2021-2023, polanya adalah omzet perusahaan meningkat sementara beban pajak turun (A. Pratama & Wuryaningsih, 2025). Situasi tersebut menunjukkan adanya potensi agresivitas pajak yang dilakukan dengan memanfaatkan kelonggaran dalam regulasi perpajakan.

Kasus agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan internasional salah satunya adalah kasus perusahaan starbucks, perusahaan global ini melakukan praktik agresivitas pajak dengan memanfaatkan pembayaran royalti kepada perusahaan di luar inggris. Perusahaan starbucks mencatat laba kotornya sebesar £95 juta tetapi pajak yang dibayarkan oleh Starbucks hanya sebesar £5,4 juta. CEO *Fair Tax Foundation* menyampaikan bahwa Starbucks terus membayar pajak korporasi lebih rendah karena membayar royalti dan lisensi dengan nilai lebih besar kepada entitas perusahaan yang lebih besar (Rifa Adira & Tanjung, 2025).

Beberapa perusahaan yaitu PT Andira Agro Tbk periode 2020-2021, PT Austindo Nusantara Jaya Tbk periode tahun 2021-2022, PT Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2021-2022, PT Wilmar Cahaya Indonesia periode 2022-2023, dan juga PT Morenzo Abadi Perkasa Tbk periode 2022-2023 mengalami pertumbuhan omzet penjualan tetapi beban pajak yang wajib dibayar ke pemerintah mengalami penurunan

(A. Pratama & Wuryaningsih, 2025). Selain itu, adapun perusahaan lain yang melakukan penghindaran pajak seperti PT Coca Cola Indonesia (Sumiyati et al., 2024). Fenomena lain yang terjadi pada perusahaan sektor makanan dan minuman di Indonesia yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (INDF) diduga telah menghindari pajak sebesar Rp1,3 miliar pada tahun 2015 dengan mengalihkan aset, kewajiban, dan aktivitas divisi mie ke anak perusahaannya (Hamdayani & Nurhayati, 2025).

Pajak mampu menjadi instrumen untuk menstimulasi perekonomian negara sehingga pemerintah membuat strategi untuk digunakan dalam mengejar target pajak setiap tahunnya. Adapun upaya wajib pajak dalam mengurangi pembayaran pajak bisa disebut sebagai tindakan agresif dalam perpajakan atau agresivitas pajak yang menyebabkan perbedaan kepentingan antara perusahaan sebagai wajib pajak (Dewi & Nustini, 2024). Tindakan agresivitas pajak diyakini sebagai langkah yang tidak memberikan tanggung jawab secara sosial.

Peran wajib pajak, baik individu maupun badan adalah memenuhi kewajiban pajak dan perlu ditingkatkan. Hal ini berbanding dengan tujuan perusahaan yang berorientasi pada keuntungan karena pajak merupakan beban yang mengurangi laba, ini membuat perusahaan menjadi agresif dalam hal pajak untuk mengurangi pajak yang wajib dibayarkan.

Agresivitas pajak yang dilakukan oleh wajib pajak adalah dengan mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Arsyad (2022) menjelaskan agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam melakukan perencanaan

pajak yang dapat dilakukan secara legal maupun illegal dengan tujuan untuk memanipulasi pendapatan sebuah perusahaan yang dijadikan sebagai dasar dalam pemungutan pajak. Agresivitas pajak adalah tindakan perusahaan untuk merencanakan pendapatan kena pajak dengan melakukan tindakan perencanaan pajak yaitu menghindari pajak secara sah maupun illegal. Perusahaan akan dianggap melakukan agresivitas pajak apabila banyak celah dalam peraturan perpajakan yang dimanfaatkan oleh manajemen untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar (Pratama & Suryarini, 2020). ETR adalah rumus yang digunakan untuk mengukur agresivitas pajak dalam penelitian ini, serta telah digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu untuk pengukuran agresi pajak. Nilai ETR yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih agresif dalam pajak, nilai ETR yang lebih rendah menunjukkan bahwa beban pajak penghasilan lebih kecil dari laba sebelum pajak (Badjuri et al., 2021).

Bagi perusahaan, agresivitas pajak memberi dampak positif serta negatif. Dampak positifnya adalah dapat mengurangi beban pajak yang wajib dibayar perusahaan, tetapi dampak negatifnya adalah menimbulkan resiko seperti denda atau sanksi yang akan merusak reputasi perusahaan. Begitu pula bagi pemerintah, agresivitas pajak memberikan dampak negatif bagi negara karena berdampak pada berkurangnya penerimaan negara (Rifa Adira & Tanjung, 2025). Agresivitas pajak dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti *leverage*, *Capital Intensity*, dan *Corporate Social Responsibility*.

Leverage merupakan rasio perusahaan yang digunakan untuk mengukur aktiva yang dibiayai oleh utang dan juga mengukur pemenuhan kewajiban jangka Panjang perusahaan. Perusahaan dengan rasio utang tinggi cenderung membayar pajak lebih sedikit. Hal ini, dikarenakan perusahaan menggunakan utang untuk meningkatkan bunga dan mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan (Dewi & Oktaviani, 2021). Penelitian Rifa Adira & Tanjung (2025) membuktikan *leverage* berpengaruh positif yang substansial terhadap agresivitas pajak. Namun bertentangan dengan penelitian Dewi & Nustini (2024) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Faktor kedua adalah intensitas modal. Menurut Nadhifah & Arif (2020) *capital intensity* dapat diartikan sebagai jumlah aset tidak lancar yang diinvestasikan dalam aset perusahaan. Penelitian Dewi & Nustini (2024) membuktikan *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun berbanding dengan penelitian Oktris Lin et al. (2021) menyebutkan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan tindakan yang berlandaskan pada pertimbangan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan Masyarakat sekitar secara lebih luas (Oktris Lin et al., 2021). Dalam penelitian oleh Dewi & Nustini (2024) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun demikian berbeda dengan penelitian oleh Lailiyah et al. (2024) menyebutkan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah;

1. Menganalisis mengenai pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.
2. Menganalisis mengenai pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.
3. Menganalisis mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam bentuk:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi baru mengenai *leverage*, *capital intensity*, *corporate social responsibility* dalam agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga mampu menambah perspektif baru untuk pengembangan pemahaman mengenai agresivitas pajak.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pemangku kepentingan, pemerintah, dan khususnya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tentang agresivitas pajak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam mengenai agresivitas pajak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan, yang pertama kali diperkenalkan oleh (Jensen & Meckling, 1976), menjelaskan bahwa Ketika terdapat pemisahan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*), konflik kepentingan cenderung muncul. Hal ini disebabkan oleh upaya masing-masing pihak untuk memaksimalkan utilitas mereka sendiri. Teori ini menyatakan bahwa pemilik dan manajer sering kali memiliki tujuan yang berbeda, yang dapat memengaruhi hubungan kerja antara keduanya. Pada perusahaan, hubungan keagenan muncul ketika pemilik modal mempercayakan manajer untuk mengelola sumber daya perusahaan (Nurwita Sari, 2025).

Teori keagenan merupakan model yang digunakan dalam hal formulasi untuk konflik yang muncul antara *principal* dan *agent*. Setiap hasil kinerja dari manajemen akan disampaikan kepada *principal* melalui laporan, salah satunya melalui laporan keuangan. Adanya pelimpahan wewenang kepada agen akan menyebabkan manajemen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan *principal*. Perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajemen terletak pada memaksimalkan manfaat pemilik dengan kendala manfaat dan insentif yang akan di terima oleh manajemen.

Kepentingan yang berbeda sering menyebabkan konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajemen (Firdaus et al., 2022). Manajemen perusahaan akan melakukan banyak cara salah satunya adalah mengurangi pajak yang wajib dibayar dengan memanfaatkan *leverage*, *capital intensity*, dan CSR (Dewi & Nustini, 2024).

Saat perusahaan mendapatkan laba yang diinginkan oleh para prinsipal maka *agent* menginginkan kompensasi dari pihak *principal* seperti bonus, kenaikan gaji, atau jabatan yang lebih tinggi, hal inilah yang membuat *agent* akan bertindak lebih agresif terhadap pajak. Namun hal tersebut tidak sesuai dengan keinginan *principal* yang menginginkan kenaikan (Oktris Lin et al., 2021).

2.1.2 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*)

Menurut Freeman (1984) mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi bisnis, maka akan semakin mudah. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi, akan semakin sulit. Teori *stakeholder* berperan penting dalam perusahaan karena perusahaan bertanggung jawab bukan hanya kepada *shareholder* tetapi juga kepada *stakeholder* pihak yang berkepentingan dalam perusahaan seperti pemerintah dan lingkungan social (Oktris Lin et al., 2021).

Teori pemangku kepentingan mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan dalam perusahaan harus mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin timbul bagi para pemangku kepentingan. Salah satu pihak yang termasuk dalam

kategori pemangku kepentingan adalah pemerintah, yang memiliki kepentingan dalam penerimaan pajak atas laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan perlu memperhatikan dan menyesuaikan tindakannya agar sejalan dengan kepentingan pemerintah sebagai otoritas fiskal (Pratama & Suryarini, 2020).

2.1.3 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam melakukan perencanaan pajak yang dapat dilakukan secara legal maupun illegal dengan tujuan untuk memanipulasi pendapatan sebuah perusahaan yang dijadikan sebagai dasar dalam pemungutan pajak. Perusahaan akan dianggap melakukan agresivitas pajak apabila banyak celah dalam peraturan perpajakan yang dimanfaatkan oleh manajemen untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar (Andi Ghifary et al., 2022).

Agresivitas pajak adalah langkah atau tindakan perencanaan pajak yang dilakukan agar bisa mengurangi penghasilan kena pajak. Perencanaan pajak yang dilaksanakan oleh perusahaan dilakukan dengan kegiatan yang termasuk atau tidak termasuk dalam pelanggaran pajak (Soelistiono & Adi, 2022).

Perusahaan yang menggunakan celah aturan agar beban pajaknya berkurang, akan dianggap sudah melakukan agresivitas pajak dan agresivitas pajak memiliki perbedaan dengan penghindaran pajak, dikarenakan agresivitas pajak dilakukan

dengan agresifnya perencanaan untuk mengurangi pajak perusahaan (Soelistiono & Adi, 2022).

Perencanaan tersebut dapat dilakukan dengan cara legal, seperti penghindaran pajak (*tax avoidance*) atau cara ilegal, seperti penggelapan pajak (*tax evasion*). *Effective Tax Rate* (ETR) dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Beban pajak terhadap laba dapat menggambarkan efektivitas pajak, jika semakin tinggi nilai ETR maka dapat dikatakan semakin rendah tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan dan begitu juga sebaliknya (Apriyadi & Syahputra, 2024).

Agresivitas pajak dapat diukur dengan berbagai cara menggunakan *effective tax rate*, *cash effective tax rate*, *book-tax difference* desai-Dharmapala, *book-tax difference* Manzon-Plesko, dan *tax planning* (Badjuri et al., 2021).

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur agresivitas pajak adalah *effective tax rate* (ETR):

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber: (Prasetyo & Arif, 2020)

2.1.4 Leverage

Leverage merupakan kebijakan perusahaan dalam memperoleh dana melalui pembiayaan eksternal berupa utang untuk mendukung operasional dan kegiatan usahanya. Secara umum, *leverage* diartikan sebagai rasio yang menggambarkan proporsi penggunaan dana pinjaman dalam struktur modal perusahaan, yang mencerminkan sejauh mana entitas memanfaatkan sumber pembiayaan berbasis kewajiban dibandingkan dengan modal sendiri (Pranata et al., 2021).

Leverage terjadi dikarenakan perusahaan menggunakan dana pinjaman yang memiliki beban bunga untuk membiayai aset. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan bergantung terhadap utang, sedangkan perusahaan dengan *leverage* yang rendah berarti perusahaan tersebut dapat membiayai asetnya dengan modal perusahaan sendiri (Jao & Holly, 2022).

Umumnya, entitas dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengungkapkan informasi secara rinci dalam laporan keuangannya sebagai strategi untuk meminimalkan biaya pengawasan oleh pemegang saham, dibandingkan dengan entitas yang memiliki *leverage* rendah. Kewajiban finansial yang ditanggung oleh perusahaan akan menimbulkan beban bunga yang berisiko menurunkan laba bersih serta berdampak terhadap perhitungan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan (Marlina et al., 2022).

Pengukuran yang digunakan untuk mengukur rasio *leverage* yaitu *Debt to Asset Ratio* (DAR):

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Soelistiono & Adi, 2022)

2.1.5 Capital Intensity

Capital intensity adalah jumlah modal yang dimiliki oleh perusahaan yang berbentuk aset tetap. Rasio intensitas modal diukur dengan membandingkan keseluruhan aset tetap terhadap total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Prasetyo & Arif, 2020).

Intensitas modal didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk aset tetap, hal ini dapat menunjukkan besarnya total aset dan kekayaan yang diperoleh perusahaan (Sumiyati et al., 2024).

Intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan ekonomi yang diambil oleh perusahaan dalam rangka mengoptimalkan profit melalui kepemilikan aset tetap. Rasio intensitas modal mencerminkan aktivitas investasi perusahaan dalam bentuk perolehan aset tetap, serta menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset tersebut untuk menghasilkan pendapatan atau penjualan. Rasio ini berpotensi menurunkan beban pajak perusahaan karena aset tetap memiliki umur manfaat tertentu yang menyebabkan timbulnya biaya penyusutan setiap periode. Kondisi ini sering dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak secara legal (Prasetyo & Arif, 2020).

Intensitas modal mencerminkan sejauh mana aset perusahaan dialokasikan dalam bentuk aset tetap. Kepemilikan aset tetap oleh perusahaan memberikan peluang untuk mengurangi beban pajak melalui mekanisme penyusutan aset yang terjadi secara periodik setiap tahunnya. Semakin tinggi nilai penyusutan, maka laba kena pajak perusahaan akan semakin rendah, sehingga jumlah pajak yang harus dibayarkan pun berkurang. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki proporsi aset tetap yang lebih besar cenderung memiliki beban pajak yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa penyusutan aset tetap berfungsi sebagai elemen pengurang dalam perhitungan pajak penghasilan perusahaan (Oktris Lin et al., 2021).

Rasio *capital intensity* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut.

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Prasetyo & Arif, 2020)

2.1.6 Corporate Social Responsibility

Menurut Apriyanti & Arifin, (2021) *corporate social responsibility* adalah kewajiban sosial yang perlu dilaksanakan oleh entitas usaha sebagai tanggung jawab dari dampak yang ditimbulkan akibat aktivitas operasionalnya. Perusahaan memiliki tanggung jawab moral terhadap komunitas sekitar dan dituntut untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Lingkup pelaksanaan tanggung jawab sosial ini juga mencakup kepatuhan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pajak kepada pemerintah sebagai bagian dari upaya memperoleh legitimasi dan kepercayaan publik atas peran sosial yang dijalankan oleh perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi aktif perusahaan dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat, yang diharapkan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang. Pengeluaran dana sosial untuk kegiatan CSR berfungsi dalam memperkuat legitimasi perusahaan di mata para pemangku kepentingan, khususnya masyarakat. Informasi mengenai pelaksanaan aktivitas CSR disajikan melalui laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Mengacu pada pedoman standar pelaporan CSR yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI), laporan keberlanjutan mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta

menggambarkan capaian dan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan pengembangan aspek keberlanjutan atas produk dan layanan yang dihasilkan (Prasetyo & Arif, 2020).

Berdasarkan pernyataan dari *Business Action for Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu bentuk tindakan perusahaan yang dilandasi pertimbangan etika, yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, serta masyarakat sekitar dan masyarakat luas secara umum (Oktris Lin et al., 2021).

Corporate social responsibility adalah kewajiban bagi entitas untuk mempertimbangkan kebutuhan lingkungan perusahaan, serta perusahaan wajib memiliki prosedur yang baik agar dapat mengintegrasikan isu lingkungan, sosial, hak asasi manusia, dan konsumen sehingga mampu memenuhi indikator CSR (Almutairi & Abdelazim, 2025).

Pelaksanaan CSR oleh perusahaan biasanya disertai dengan pengeluaran sejumlah biaya yang berkaitan dengan kegiatan sosial. Biaya-biaya tersebut secara akuntansi dianggap sebagai pengurang laba, sehingga berdampak pada penurunan jumlah pajak yang harus dibayar. Kondisi ini mendorong sebagian perusahaan untuk meningkatkan beban biaya guna menurunkan beban pajak. Oleh karena itu, diharapkan bahwa semakin tinggi tingkat implementasi CSR oleh perusahaan, maka semakin rendah pula tingkat agresivitas pajak yang dilakukan, karena CSR semestinya

dijalankan bukan sebagai sarana manipulasi fiskal, melainkan sebagai wujud tanggung jawab sosial yang berorientasi pada keberlanjutan (Oktris Lin et al., 2021).

Pengukuran CSR sesuai dengan standar GRI dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Sumber: (Jao & Holly, 2022)

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*.

$\sum X_{yi}$: nilai = 1, jika item y diungkapkan; 0 = jika y tidak diungkapkan dan diberi kode 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan,

n_i : jumlah item untuk perusahaan i.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
1	(Jao & Holly, 2022)	Pengaruh profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Profitabilitas 3. Likuiditas 4. Leverage 5. Ukuran Perusahaan <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penghindaran Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penghindaran pajak 2. Profitabilitas memiliki pengaruh positif tetap tidak signifikan terhadap penghindaran pajak 3. Likuiditas berpengaruh negative dan signifikan terhadap penghindaran pajak 4. <i>Leverage</i> berpengaruh negative dan signifikan terhadap penghindaran pajak

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
				5. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penghindaran pajak
2	(Oktris Lin et al., 2021)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Profitabilitas 3. Leverage 4. Capital Intensity <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agresivitas Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan. 2. Intensitas modal tidak mempengaruhi agresivitas pajak.
3	(Prasetyo & Arif, 2020)	Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Profitabilitas 3. Leverage 4. Capital Intensity <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penghindaran Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. 2. Profitabilitas signifikan negative terhadap penghindaran pajak. 3. Corporate social responsibility dan capital intensity tidak signifikan terhadap penghindaran pajak. 4. capital intensity tidak signifikan terhadap penghindaran pajak.
4	(Soelistono & Adi, 2022)	Pengaruh Leverage, Capital Intensity, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Leverage 3. Capital Intensity <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agresivitas Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. 2. Capital intensity berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. 3. Corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.
5	(Lailiyah et al., 2024)	<i>Impact of Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, and Capital Intensity on Tax Aggressiveness: The Moderating Role of Firm Size in</i>	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Leverage 3. Capital Intensity 4. Profitabilitas <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agresivitas Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate social responsibility berpengaruh negative terhadap agresivitas pajak. 2. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

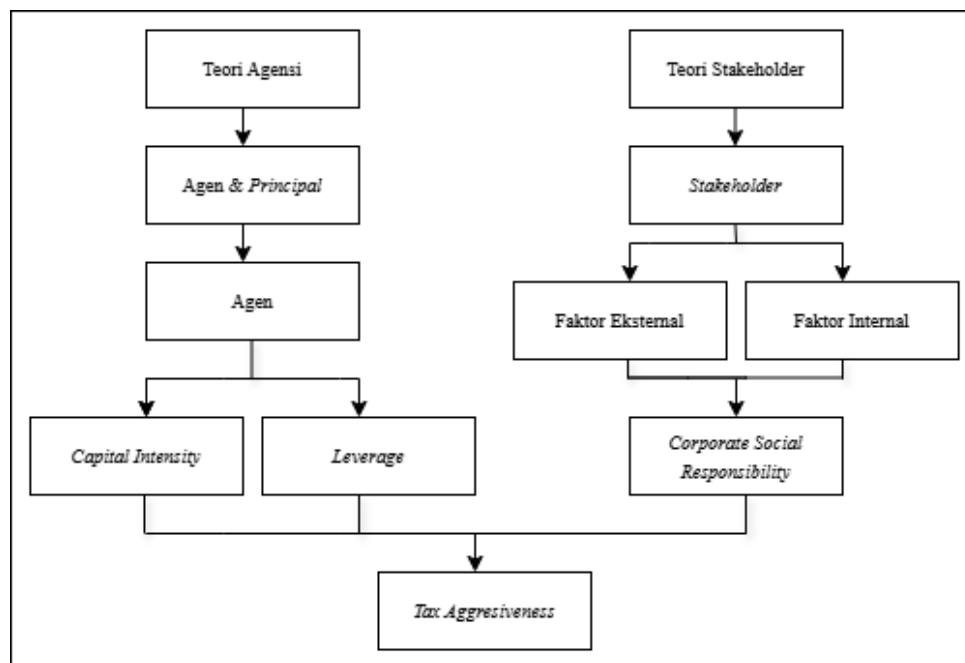
No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
		<i>Indonesian Manufacturing Sector</i>	Moderation Variabel: 1. Firm Size	3. Ukuran perusahaan dapat memoderisasi negatif hubungan antara corporate social responsibility dan agresivitas pajak. Selain tu, memoderasi positif antara profitabilitas maupun intesitas modal terhadap agresivitas pajak. 4. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi terhadap leverage dan agresivitas pajak.
6	(A. Pratama & Wuryaningsih, 2025)	Determinan Pengungkapan Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Perindustrian Makanan dan Minuman Tahun 2020-2023	Independen Variabel: 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. <i>Leverage</i> 4. <i>Sales Growth</i> 5. <i>Capital Intensity</i> 6. Manajemen Laba Dependen Variabel: 1. Agresivitas Pajak	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tax avoidance. 2. Profitabilitas berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap penghindaran pajak 4. Sales growth tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak 5. Intensitas modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak 6. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak
7	(Pranata et al., 2021)	<i>The Effect of Corporate Social Responsibility, Firm Size, and Leverage on Tax Aggressiveness: An Empirical Evidence</i>	Independen Variabel: 1. Corporate Social Responsibility 2. Leverage 3. Firm Size Dependen Variabel: 1. Agresivitas Pajak	1. Corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan negative terhadap agresivitas pajak. 2. Firm size berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Hasil Penelitian
				3. Leverage berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak.
8	(Rifa Adira & Tanjung, 2025)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , Komite Audit, dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap Agresivitas Pajak	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leverage 2. Likuiditas 3. Komite Audit 4. Capital Intensity <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agresivitas Pajak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> berpengaruh positif yang substansial terhadap agresivitas pajak 2. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak 3. Komite Audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak 4. <i>Capital Intensity</i> berpengaruh positif substansial terhadap agresivitas pajak
9	(Dewi & Nustini, 2024)	<i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , dan likuiditas terhadap agresivitas pajak: <i>Good Corporate Governance</i> sebagai pemoderasi	<p>Independen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Social Responsibility 2. Leverage 3. Firm Size <p>Dependen Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agresivitas Pajak <p>Moderation Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Good Corporate Governance</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak 3. <i>Capital Intensity</i> berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak 4. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak 5. Komisaris independent mampu memoderasi hubungan antara CSR dan agresivitas pajak 6. Kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan agresivitas pajak

Sumber: Review berbagai sumber referensi (2025)

2.3 Kerangka Pikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Leverage*, *Capital Intensity* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Aggressiveness*. Pengaruh tersebut di analisis dan di uji menggunakan uji analisis regresi berganda. Berdasarkan uji dan analisis tersebut akan diperoleh hasil dan pembahasan, dari hasil dan pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan. Maka dibuat suatu kerangka pikir yang digambarkan dalam sebuah bagan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Leverage Terhadap Tax Aggressiveness

Leverage bisa diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk melakukan pengukuran besaran aset yang di danai menggunakan utang (Soelistiono & Adi, 2022). Rasio ini menggambarkan keadaan perusahaan dalam menggunakan dana utang atau pinjaman untuk mengoptimalkan kegiatan operasionalnya. Apabila operasional dapat dilakukan secara optimal atau maksimal diharapkan akan meningkatkan profit perusahaan (Tri Rahmawati & Jaeni, 2022). Pinjaman atau utang perusahaan menimbulkan biaya bunga yang memengaruhi pendapatan kena pajak perusahaan, yang dapat menyebabkan pengurangan kewajiban pajak dan memotivasi perusahaan untuk meningkatkan tingkat utang mereka untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Hal ini menciptakan insentif untuk strategi pajak yang agresif (Lailiyah et al., 2024).

Berdasarkan teori agensi, sistem pendanaan suatu perusahaan dapat menimbulkan konflik antara manajemen (agen) dan pemilik (pemilik). Pihak pemilik tidak setuju untuk menambah pendanaan untuk operasi perusahaan, tetapi manajemen (agen) harus mendapatkan lebih banyak modal untuk menutupi kekurangan dana dengan pinjaman atau hutang (Tri Rahmawati & Jaeni, 2022).

Penelitian terdahulu yang menyatakan leverage berpengaruh positif adalah penelitian milik Prasetyo & Arif (2020). Namun, penelitian lain seperti Soelistiono & Adi (2022) menyimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak serta Pranata & Adhitanaya (2021) mengemukakan leverage berdampak negatif

dan signifikan pada agresivitas pajak. Variabel agresivitas pajak diukur dengan menggunakan pengukuran yang sama yakni *effective tax rate* (ETR). Berdasarkan dengan penjelasan yang telah diuraikan, hipotesis yang hendak digunakan adalah:

H1: *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.4.2 Pengaruh Capital Intensity Terhadap Tax Aggressiveness

Intensitas modal merujuk pada rasio aset tetap suatu perusahaan terhadap total asetnya. Investasi aset tetap yang dilakukan oleh perusahaan digambarkan dalam rasio ini. Organisasi yang memiliki banyak aset tetap dapat mengalami penyusutan yang menguntungkan. Penyusutan adalah biaya non-tunai yang mengurangi pendapatan kena pajak. Ini dapat mendorong bisnis untuk menggunakan strategi pajak yang agresif untuk lebih mengurangi beban pajak mereka (Lailiyah et al., 2024).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan beranggapan bahwa pajak dapat mengurangi laba perusahaan. Tujuan perusahaan dibentuk adalah untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dan menurunkan beban pajak ataupun menghilangkan kewajiban perpajakannya (Tri Rahmawati & Jaeni, 2022).

Penelitian terdahulu yang menyatakan capital intensity berpengaruh signifikan adalah penelitian milik Soelistiono & Adi (2022). Namun, penelitian lain seperti Pratama & Suryarini, 2020 menyimpulkan bahwa capital intensity tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Variabel agresivitas pajak diukur dengan menggunakan pengukuran yang sama yakni *effective tax rate* (ETR). Berdasarkan dengan penjelasan yang telah diuraikan, hipotesis yang hendak digunakan adalah:

H2: *Capital Intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.4.3 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Aggressiveness

Corporate social responsibility adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya dan perusahaan dapat melakukannya dengan mengadakan kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar (Jao & Holly, 2022).

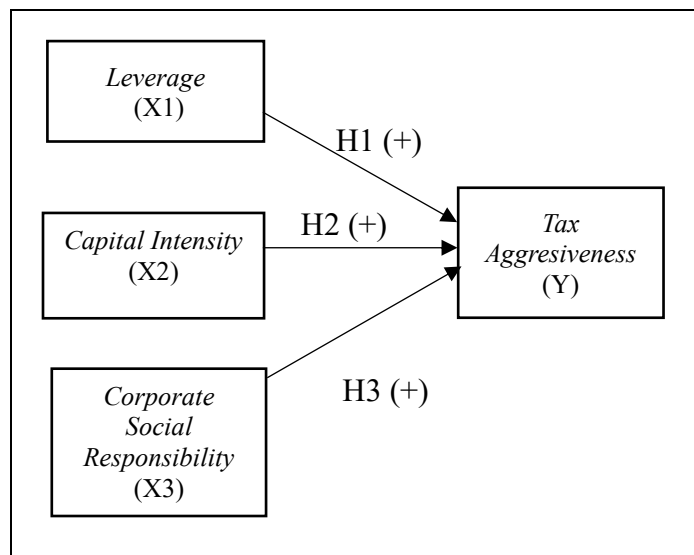
Menurut prinsip teori pemangku kepentingan, perusahaan yang cenderung memprioritaskan kepentingan seluruh pihak yang terlibat ataupun terdampak. Hal ini selaras dengan teori pemangku kepentingan, bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR yang kuat, cenderung tidak terlibat dalam penghindaran pajak yang agresif, berbanding dengan perusahaan yang pengungkapan CSR nya lebih rendah (Almutairi & Abdelazim, 2025).

Corporate social responsibility perusahaan adalah salah satu informasi yang berkaitan langsung agar dapat membuat keputusan. CSR yang di ungkapkan perusahaan adalah untuk meningkatkan hubungan yang baik dengan *stakeholder* (Septanta et al., 2023).

Penelitian terdahulu yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan adalah penelitian milik Soelistono & Adi (2022). Namun, penelitian lain seperti Prasetyo & Arif (2020) menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan dengan penjelasan yang telah diuraikan, hipotesis yang hendak digunakan adalah:

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hipotesis penelitian yang diungkapkan, maka dapat dibuat suatu model penelitian yang menguji masing-masing pengaruh variable *Leverage*, *Capital Intensity*, *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.2 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dikenal menggunakan paradigma positivis untuk meningkatkan pemahaman ilmiah. Konsep seperti kausalitas, reduksi variable, perumusan hipotesis, dan pertanyaan terfokus termasuk dalam pendekatan ini (Sihotang, 2023).

Metodologi kuantitatif melibatkan upaya penelitian untuk memperoleh pengetahuan melalui penampilan numerik data. Sumber data yang dapat dianalisis adalah kuesioner yang dibuat oleh para peneliti. Pada dasarnya, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian ilmiah metodis yang mengeksplorasi hubungan sebab akibat antar variabel (Sihotang, 2023).

Penelitian kuantitatif melibatkan penelitian sistematis tentang suatu fenomena melalui pengumpulan data numerik dan penggunaan alat dan teknik statistik atau komputasi. Metode kuantitatif mengidentifikasi pola dan rata-rata, memprediksi hasil, serta menguji adanya hubungan kausal, dan menggeneralisasi hasil ke suatu kelompok atau populasi (Pandey et al., 2023).

3.2 Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Leverage

Leverage diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya aset yang dibiayai melalui penggunaan hutang (Soelistiono & Adi, 2022).

Proksi yang digunakan dari *leverage* adalah *Debt to Asset Ratio* (DAR), dengan cara membandingkan besaran beban utang terhadap total aset yang dimiliki perusahaan (Soelistiono & Adi, 2022). Rumus berikut digunakan untuk menghitung *leverage*:

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Soelistiono & Adi, 2022)

3.2.2 Capital Intensity

Intensitas modal merupakan bentuk keputusan keuangan yang dibuat oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profit aset tetap (Nadhifah et al., 2020).

Rasio intensitas modal diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Prasetyo & Arif, 2020)

3.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility merupakan cara entitas untuk memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka, memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian. Selain itu, *corporate social responsibility*

digunakan sebagai komitmen berkelanjutan dari suatu bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi untuk pembangunan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja serta komunitas lokal dan masyarakat luas, sesuai dengan nilai dan norma (Pranata et al., 2021).

Pengungkapan CSR diukur sesuai dengan standar GRI dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{CSRI} = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Sumber: (Jao & Holly, 2022)

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*.

$\sum X_{yi}$: nilai = 1, jika item y diungkapkan; 0 = jika y tidak diungkapkan dan diberi kode 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan,

N_i : jumlah item untuk perusahaan i.

3.2.4 Tax Aggressiveness

Menurut (Oktris Lin et al., 2021) agresivitas pajak adalah metode yang digunakan wajib pajak untuk menghindari pajak yang dilakukan dengan cara mengurangi besarnya beban pembayaran pajak yang ditanggung oleh wajib pajak.

Semua aktivitas perencanaan pajak perusahaan, baik yang legal maupun ilegal, atau apa pun di antara keduanya, dianggap sebagai agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah ketika manajemen perusahaan berusaha untuk meminimalkan pembayaran

pajak perusahaan melalui kegiatan perencanaan pajak, menggunakan semua metode yang tersedia, baik legal maupun ilegal (Issah & Rodrigues, 2021).

Agresivitas pajak di proksikan memakai *effective tax rates* (ETR). Perhitungan ETR menggunakan rumus berikut:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber: (Prasetyo & Arif, 2020)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari berdasarkan kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan konsumen *non-cyclical* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024 yang terdiri dari 83 perusahaan. Perusahaan makanan dan minuman termasuk kebutuhan pokok sehingga permintaan relatif stabil meskipun kondisi ekonomi naik atau turun. Ini membuat analisis data keuangan lebih konsisten karena tidak terlalu terpengaruh oleh siklus ekonomi.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, bertujuan agar sesuai dengan tujuan penelitian, relevan sehingga mampu memberikan solusi dari permasalahan.

Adapun kriteria-kriteria perusahaan dalam pemilihan sampel metode *purposive sampling* sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024.
2. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan (sustainability report) secara tetap selama periode 2021-2024.
3. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mengalami kerugian selama periode 2021-2024.
4. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya.

Tabel 3.1 Eliminasi Populasi

No.	Kriteria	Jumlah	Satuan
1.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2024	83	Perusahaan
2.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan (sustainability report) secara tetap selama periode 2021-2024.	(16)	Perusahaan
3.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mengalami kerugian (sebelum pajak) selama periode 2021-2024.	(26)	Perusahaan
4.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya.	(3)	Perusahaan
Total Sampel Penelitian		38	Perusahaan
Tahun Yang Digunakan Sebagai Objek Penelitian		4	Tahun
Total Data Penelitian		152	Data

Sumber: *Data Diolah (2025)*

Dengan kriteria tersebut, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 38 perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2021-2024.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Sumber data dapat diperoleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) <https://www.idx.co.id/id,website> masing-masing perusahaan, *sustainability report*, dan jurnal-jurnal penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi yaitu dilakukan dengan mengakses, mengumpulkan, mencatat, dan memproses data laporan perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2021-2024 yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.6 Alat Analisis Data

Pada penelitian ini, alat analisis yang digunakan untuk mengolah data yaitu *Software* SPSS versi 27 untuk membantu mengolah dan menganalisis data kuantitatif.

3.7 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan melakukan analisis regresi linear berganda yang meliputi:

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan menjadi informasi yang

lebih mudah untuk memahami variabel yang digunakan serta nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi masing-masing variabel (Hanum & Faradila, 2022).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum data digunakan dalam analisis regresi linear berganda. Ini dilakukan untuk memastikan agar uji asumsi klasik tidak mengandung masalah seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, dan autokorelasi. Ini memastikan bahwa uji asumsi klasik memenuhi persyaratan *Best Linear Unbiased Estimator (Blue)* (Soelistiono & Adi, 2022).

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan variable independent dan variable dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji ini dilakukan untuk memastikan kondisi data sehingga memungkinkan memilih model analisis yang tepat untuk diterapkan dan menentukan apakah data dapat memenuhi asumsi-asumsi dasar. Pengujian harus dilakukan untuk memperoleh model regresi yang efektif yaitu menggunakan analisis grafis dan pengujian statistic, dengan ketentuan bahwa nilai signifikansi hasil perhtiungan data (sig) $>0,05$ maka berdistribusi normal, tetapi tidak normal jika (sig) $<0,05$ maka tidak berdistribusi normal (Putri, 2024).

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Nilai toleransi atau faktor variasi inflasi (VIF) dapat digunakan untuk mengetahui ada atau

tidaknya multikolinieritas dalam model regresi (Sudariana & Yoedani, 2021). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance atau Variance Inflation Factor (VIF). Data akan dinyatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 atau 10%. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$).

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2021) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji Durbin-Watson (DW test) adalah cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Berikut dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi berdasarkan kriteria Durbin-Watson (DW test):

Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada Keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	Tidak ada Keputusan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: (Ghozali, 2021)

3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dalam variasi

residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Terdapat kasus jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak berubah, hasil tersebut dikenal sebagai homoskedastisitas, dan jika hasilnya berbeda, hasil tersebut dikenal sebagai heteroskedastisitas. Homoskedastisitas atau ketidakhadiran heteroskedastisitas adalah tanda model regresi yang baik karena data crosssection menghimpun data dari berbagai ukuran, yaitu kecil, sedang, dan besar, kebanyakan data mengandung situasi heteroskedastisitas. Terdapat cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan memeriksa apakah ada pola tertentu pada grafik scatterplot di sekitar nilai X dan Y. Pola-pola ini digambarkan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah model regresi linear untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

Model regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk memeriksa satu atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel

independen dan satu variabel dependen. Maka digunakan regresi linear berganda yang dinyatakan dalam model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Sumber: (Sudariana & Yoedani, 2021)

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

X_1, X_2, X_3 = Variabel Bebas

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

3.7.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menentukan kebenaran hipotesis berdasarkan hasil perhitungan statistic yang dihasilkan dari pengujian (Rusnaini et al., 2025).

3.7.4.1 Uji t (Parsial)

Uji statistik t menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam memaparkan atau mempengaruhi variabel dependen dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 (Ghozali, 2021). Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 menunjukkan hipotesis diterima.

3.7.4.2 Koefisien Determinasi (R^2 /Adjusted R^2)

Menurut Ghozali (2021) koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Hasil (R^2) bisa dilihat pada nilai *Adjusted R Squared*. Adapun nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas dan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen mampu memberikan informasi lengkap yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Almutairi, A. M., & Abdelazim, S. I. (2025). The Impact of CSR on Tax Avoidance: The Moderating Role of Political Connections. *Sustainability (Switzerland)*, 17(1). <https://doi.org/10.3390/su17010195>
- Andi Ghifary, R., Muchlish, M., Sri Tjahjono, M. E., & Citra Febrianto, F. (2022). Pengaruh Kualitas Audit, Audit Fee, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(07), 973–990. <https://doi.org/10.46799/jst.v3i7.585>
- Apriyadi, R., & Syahputra, A. (2024). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. In *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.37481/jmeb.v4i2.737>
- Apriyanti, H. W., & Arifin, M. (2021). Tax aggressiveness determinants. *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, 3(1), 27–52. <https://doi.org/10.21580/jiafr.2021.3.1.7412>
- Badjuri, A., Kartika, & Andi V. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.35315/jbe.v28i1.8534>
- Dewi, M. A., & Nustini, Y. (2024). Corporate Social Responsibility, Leverage, Capital Intensity, dan Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak: Good Corporate Governance sebagai Pemoderasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 51–74. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.20572>
- Dewi, & Oktaviani. (2021). Pengaruh Leverage, Capital Intensity, Komisaris Independen, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 179. <https://doi.org/https://doi.org/10.35315/jbe.v28i1.8534>
- Firdaus, V. A., Poerwati, R. T., & Akuntansi, J. (2022). Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Kompensasi Eksekutif Terhadap Penghindaran

- Pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13. <https://eprints.unisbank.ac.id/id/eprint/8922>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdayani, R., & Nurhayati. (2025). JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara The Effect Of Capital Intensity, Sales Growth, And Company Size On Tax Avoidance. *Jurnal Intelek Dan Cedikiawan Nusantara*, 2. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Hanum, Z., & Faradila, J. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner*, 7(1), 479–487. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1114>
- Issah, O., & Rodrigues, L. L. (2021). Corporate social responsibility and corporate tax aggressiveness: A scientometric analysis of the existing literature to map the future. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116225>
- Jao, R., & Holly, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak. *Accounting Accountability and Organization System (AAOS) Journal*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47354/aaos.v4i1.420>
- Lailiyah, C. Z., Massela, A., Yulianto, A., & Khalid, A. A. (2024). Impact of Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, and Capital Intensity on Tax Aggressiveness: The Moderating Role of Firm Size in Indonesian Manufacturing Sector. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 10(2), 51–64. <https://doi.org/10.56578/jafas100201>
- Marlina, E., Ismaya Hasanudin, A., & Mulyasari, W. (2022). Tax Aggressiveness: The Role of Capital Intensity and Inventory Intensity with Leverage as Intervening. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 1(6), 614–632. <https://doi.org/10.54408/jabter.v1i6.97>
- Nadhifah, M., & Arif, A. (2020). *Transfer Pricing, Thin Capitalization, Financial Distress, Earning Management, dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Di Moderasi Oleh Sales Growth*. 7(2), 145–170. <https://doi.org/10.25105/jmat.v7i1.6311>

- Nurwita Sari, E. (2025). Analisis Hubungan Penerapan Teori Akuntansi Positif dan Teori Keagenan Dalam Praktik Manajemen Laba. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 9(1), 2118–7453. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/issue/view/553>
- Oktris Lin, Kresnawati Melan, & Mulya Hadris. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Accounting Cycle Journal*, 2, 21–40. <http://ip17-148.cbn.net.id/index.php/ACJ/article/viewFile/209/158>
- Pandey, P., Madhusudhan, M., & Singh, B. P. (2023). Quantitative Research Approach and its Applications in Library and Information Science Research. *Access: An International Journal of Nepal Library Association*, 2(01), 77–90. <https://doi.org/10.3126/access.v2i01.58895>
- Pranata, I. P. A. A., Adhitanaya, K., Rizaldi, M. F., Winanda, G. B. E., Lestari, N. M. I. D., & Astuti, P. D. (2021). The effect of corporate social responsibility, firm size, and leverage on tax aggressiveness: An empirical evidence. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 9(6), 1478–1486. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2021.090624>
- Prasetyo, W. F., & Arif, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 375–390. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14365>
- Pratama, A., & Wuryaningsih. (2025). Determinan Pengungkapan Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Perindustrian Makanan dan Minuman Tahun 2020-2023. *Jurnal Akunida*, 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jakd.v11i1.19191>
- Pratama, I., & Suryarini, T. (2020). Accounting Analysis Journal The Role of Independent Commissioners in Moderating the Effect of Capital Intensity, Inventory Intensity, and Profitability on Tax Aggressiveness ARTICLE INFO ABSTRACT. *Accounting Analysis Journal*, 9(3), 208–214. <https://doi.org/10.15294/aaj.v9i3.42687>
- Putri, I. A., & Sapari. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/6010>

- Rifa Adira, N., & Tanjung, J. (2025). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Komite Audit, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Terdaftar Di BEI. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/equili.v14i1.2318>
- Rusnaini, E., Anggraeni, E., & Etika, C. (2025). Pengaruh Boox Tax Differences, Akruar, Leverage Dan Aliran Arus Kas Operasi Terhadap Persistensi Laba (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Index Saham Syariah (Issi) Periode 2021-2024). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 14(2), 228–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.32546/lq.v14i2.3181>
- Septanta, R., Ramdani Syahru, C., Latif Sofyana, A., & Lutfi Ai, R. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Financial Distress Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3, 18–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2640>
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Murniarti, Ed.; 1st ed.). UKI Press.
- 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>
- Sudariana, N., & Yoedani, M. M. (2021). *Analisis Statistik Regresi Linear Berganda*. <https://www.studocu.id/id/document/universitas-terbuka/manajemen/analisisstatistikregresilinierberganda/75243827>
- Sumiyati, D., Eko, M., & Tjahjono, S. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Likuiditas, dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jrem/article/view/6232>
- Tri Rahmawati, N., & Jaeni, J. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(2), 628. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/42816>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	AALI	Astra Argo Lestari Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
2	ADES	Akasha Wira International Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
3	AGAP	Asia Sejahtera Mina Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
4	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
5	ALTO	FKS Food Sejahtera Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
6	AMMS	Agung Menjangan Mas Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
7	ANDI	Andira Agro Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
8	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
9	ASHA	Cilacap Samudera Fishing Indus Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
10	BEEF	Estika Tata Tiara Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
11	BISI	BISI International Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
12	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
13	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
14	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
15	BWPT	Eagle High Plantation Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
16	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
17	CBUT	Citra Borneo Utama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
18	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
19	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
20	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
21	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
22	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
23	CPRO	Central Proteina Prima Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
24	CRAB	Toba Surimi Industries Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
25	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
26	DEWI	Dewi Shri Farmindo Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
27	DLTA	Delta Djakarta Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
28	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
29	DSFI	Dharma Samudera Fishing Industri Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
30	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
31	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
32	FAPA	FAP Agri Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
33	FISH	FKS Multi Agro Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
34	FOOD	Senta Food Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
35	GOLL	Golden Plantation Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
36	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
37	GULA	Aman Agrindo Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
38	GZCO	Gozco Plantations Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
39	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
40	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
41	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
42	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
43	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
44	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
45	JARR	Jhonlin Agro Raya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
46	JAWA	Jaya Agra White Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
47	JAPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
48	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
49	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
50	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
51	MAIN	Malindo Feedmill Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
52	MKTR	Menthobi Karyatama Raya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
53	MGRO	Mahkota Group Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
54	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
55	MYOR	Mayora Indah Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
56	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
57	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
58	PALM	Provident Investasi Bersama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
59	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
60	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
61	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
62	PSGO	Palma Serasih Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
63	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
64	SGRO	Sampoerna Agro Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
65	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
66	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
67	SKBM	Sekar Bumi Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
68	SKLT	Sekar Laut Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
69	SMAR	Smart Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
70	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
71	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
72	STTP	Siantar Top Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
73	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
74	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
75	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
76	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
77	TLDN	Teladan Prima Agro Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
78	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
79	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Co Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
80	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
81	WAPO	Wahana Pronatural Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
82	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
83	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman

PURPOSIVE SAMPLING

1. Rugi

No.	Kode	Nama Perusahaan	Keterangan
1	AGAR	Asia Sejahtera Mina Tbk	RUGI
2	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk	RUGI
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	RUGI
4	ANDI	Andira Agro Tbk	RUGI
5	BEEF	Estika Tata Tiara Tbk	RUGI
6	BISI	BISI International Tbk	RUGI
7	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	RUGI
8	BWPT	Eagle High Plantation Tbk	RUGI
9	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	RUGI
10	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk	RUGI
11	ENZO	Moreno Abadi Perkasa Tbk	RUGI
12	FOOD	Senta Food Indonesia Tbk	RUGI
13	GOLL	Golden Plantation Tbk	RUGI
14	GZCO	Gozco Plantations Tbk	RUGI
15	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	RUGI

16	JAWA	Jaya Agra White Tbk	RUGI
17	MGRO	Mahkota Group Tbk	RUGI
18	PALM	Provident Investasi Bersama Tbk	RUGI
19	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk	RUGI
20	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	RUGI
21	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk	RUGI
22	SKBM	Sekar Bumi Tbk	RUGI
23	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk	RUGI
24	WAPO	Wahana Pronatural Tbk	RUGI
25	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk	RUGI
26	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk	RUGI

2. Perusahaan yang Tidak Mempublikasikan Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan Periode 2021-2024

No.	Kode	Nama Perusahaan	Keterangan
1	AMMS	Agung Menjangan Mas Tbk	Tidak Ada di BEI
2	ASHA	Cilacap Samudera Fishing Indus Tbk	Tidak Ada di BEI
3	CBUT	Citra Borneo Utama Tbk	Tidak Ada di BEI
4	CRAB	Toba Surimi Industries Tbk	Tidak Ada di BEI
5	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk	Tidak Ada di BEI
6	DEWI	Dewi Shri Farmindo Tbk	Tidak Ada di BEI
7	GULA	Aman Agrindo Tbk	Tidak Ada di BEI
8	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk	Tidak Ada di BEI
9	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk	Tidak Ada di BEI
10	JARR	Jhonlin Agro Raya Tbk	Tidak Ada di BEI
11	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	Tidak Ada di BEI
12	MAIN	Malindo Feedmill Tbk	Tidak Ada di BEI
13	MKTR	Menthobi Karyatama Raya Tbk	Tidak Ada di BEI
14	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	Tidak Ada di BEI
15	TLDN	Teladan Prima Agro Tbk	Tidak Ada di BEI
16	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk	Tidak Ada di BEI

3. Perusahaan Tidak Menggunakan Mata Uang Rupiah

No.	Kode	Nama Perusahaan	Keterangan
1	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk	Mata Uang USD
2	FISH	FKS Multi Agro Tbk	Mata Uang USD
3	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk	Mata Uang USD

Lampiran 2 Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	AALI	Astra Argo Lestari Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
2	ADES	Akasha Wira International Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
3	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
5	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
6	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
7	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
8	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
10	CPRO	Central Proteina Prima Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
11	DLTA	Delta Djakarta Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
12	DSFI	Dharma Samudera Fishing Industri Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
13	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
14	FAPA	FAP Agri Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
15	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
16	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
17	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
18	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
19	JAPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
20	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
21	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
22	MYOR	Mayora Indah Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
23	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
24	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
25	PSGO	Palma Serasih Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
26	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
27	SGRO	Sampoerna Agro Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
28	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
29	SKLT	Sekar Laut Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
30	SMAR	Smart Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
31	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
32	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
33	STTP	Siantar Top Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
34	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
35	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
36	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
37	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Co Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman
38	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk	Barang Konsumsi	Makanan dan Minuman