



Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Corporate Social Responsibility*, Koneksi Politik dan *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024)

Husna Ulya ^{1*}, R. Ayu Ida Aryani ¹, Ni Ketut Sriwinarti ¹

¹ Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora Mataram, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

*Corresponding author's email: hulia0932@gmail.com

Artikel Info

Direvisi, 20/06/2025
Diterima, 23/07/2026
Dipublikasi, 03/08/2026

Kata Kunci:

Agresivitas Pajak,
Pertumbuhan
Penjualan, CSR,
Koneksi Politik,
Capital Intensity

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Koneksi Politik, dan *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel Penelitian berjumlah 228 perusahaan yang ditentukan menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan dan pelaksanaan CSR dapat memengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. Sementara itu, koneksi politik dan capital intensity tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang menunjukkan bahwa keberadaan hubungan politik maupun besarnya proporsi aset tetap belum mampu menjadi faktor penentu dalam praktik agresivitas pajak perusahaan manufaktur.

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of Sales Growth, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Political Connections, and *Capital Intensity* on Tax Aggressiveness in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2022-2024 period. This study uses a quantitative method with secondary data obtained from the financial statements and annual reports of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research sample consisted of 228 companies determined using a purposive sampling method. The data analysis method used was multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS 31 software. The results show that sales growth and CSR influence tax aggressiveness. This indicates that increased sales growth and CSR implementation can influence the level of corporate tax aggressiveness. Meanwhile, political connections and capital intensity do not affect tax aggressiveness, indicating that the existence of political connections or the large proportion of fixed assets are not yet determinants of manufacturing companies' tax aggressiveness practices.

Keywords:

Tax Aggressiveness,
Sales Growth, CSR,
Political Connections,
Capital Intensity

Pendahuluan

Pendapatan dari sektor pajak tetap masih memainkan peran penting dalam perekonomian negara kita karena sistem pajak menjadi sumber pendanaan negara yang berasal dari sumbangan wajib warga kepada pemerintah. Ini tercantum dalam pasal 23 A Undang-Undang Dasar 1945. Dalam pasal tersebut, diterangkan bahwa pajak adalah kewajiban untuk kepentingan negara dan diatur oleh pemerintah melalui undang-undang, bukan hanya sebagai kebijakan yang dikeluarkan oleh sebuah pemerintahan. Oleh karena itu, pemerintah berharap agar perusahaan dan sektor swasta menjalankan kewajiban pajak mereka. Sebagai Wajib Pajak, perusahaan bertanggung jawab untuk membayar pajak sesuai dengan

peraturan perpajakan yang berlaku, yang dihitung berdasarkan laba bersih sebelum pajak dikalikan dengan tarif pajak yang telah ditentukan (Syarifudin, 2018:16).

Semakin besar jumlah pajak yang dibayarkan oleh suatu perusahaan, semakin signifikan pula kontribusinya terhadap pendapatan negara melalui pajak. Namun, ada juga perusahaan yang melihat pajak sebagai biaya yang dapat mengurangi keuntungan karena, jika tarif pajak yang dikenakan terlalu tinggi, perusahaan mungkin mengalami kerugian. Kondisi ini mendorong banyak perusahaan untuk mencari cara mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan, sehingga muncul fenomena penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu usaha untuk mengurangi kewajiban pajak melalui cara-cara yang mungkin mendekati batas legal, menarik perhatian dari para pengamat kebijakan publik dan akademisi. Akibatnya, perusahaan menjadi lebih aktif dalam urusan pajak, sehingga istilah *Tax Aggressive* muncul (Goh, 2022:75).

Berdasarkan data resmi yang dihimpun oleh BPS dan dipublikasikan oleh pajak.go.id, kontribusi pajak terhadap penerimaan negara pada tahun 2023 mencapai lebih dari 80% dari total pendapatan. Kementerian keuangan menyebutkan momentum tercapainya penerimaan pajak tahun 2023 yang tumbuh signifikan bukan saja didukung oleh kondisi domestik yang kuat namun karena komitmen Direktorat Jenderal Pajak dalam melakukan berbagai upaya untuk pencapaian penerimaan pajak.

Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Negara

Tahun	Target Penerimaan Pajak	Realisasi Penerimaan Pajak	Persentase
2022	Rp1.485, 1 Triliun	Rp1.716,8 Triliun	115,6%
2023	Rp1.818, 3 Triliun	Rp1.869, 2 Triliun	102,8%
2024	Rp1.988,9 Triliun	Rp1.932, 4 Triliun	97,2%

Sumber: pajak.go.id

Berdasarkan tabel 1.1, bisa dilihat bahwa penerimaan pajak di Indonesia menunjukkan pola yang tidak stabil dari waktu ke waktu. Angka penerimaan pajak yang tercapai pada tahun 2022 adalah Rp1.716,8 triliun, melampaui target sebesar Rp1.485,1 triliun atau 115,6% dari target. Tahun 2023, mencatat realisasi sebesar Rp1.869,2 triliun dari jumlah target yaitu Rp1.818,3 triliun, atau 102,8% dari target. Namun, pada tahun 2024, capaian menurun menjadi Rp1.932,4 triliun dari target Rp1.988,9 triliun, atau hanya 97,2% dari target. Kondisi ini menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi perilaku wajib pajak dalam menunjang tingkat kepatuhan pembayaran pajak. Pertama, upaya pencegahan (*deterrence*), misalnya intensitas pemeriksaan pajak, resiko terdeteksi, serta tingkat sanksi yang dikenakan. Hal ini berangkat dari konsep bahwa risiko terdeteksi maupun sanksi dapat mengubah perilaku wajib pajak. Kedua, kesempatan, baik untuk patuh (terkait dengan biaya kepatuhan yang rendah, maupun aturan yang sederhana dan tidak kompleks) atau tidak patuh (terkait dengan kesempatan untuk menggelapkan pajak) (Oktaviyoni, 2024).

Internasional Monetary Fund (IMF) menyatakan bahwa seharusnya *tax ratio* yang ideal dimiliki Indonesia yaitu sebesar 15% sampai 18%. Negara-negara ASEAN umumnya memiliki *tax ratio* di atas 12%, sedangkan sampai tahun 2022 *tax ratio* Indonesia masih di level 10,4%, (DDTC, 2023). Rasio pajak yang rendah dapat disebabkan oleh rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak yang salah satunya dapat dilihat semakin maraknya praktik agresivitas pajak yang dilakukan oleh wajib pajak. Praktik perencanaan pajak yang agresif berupa penghindaran pajak (*tax avoidance*) dan penggelapan pajak (*tax evasion*) mengakibatkan penerimaan pajak tidak mencapai target yang diharapkan.

Agresivitas Pajak adalah tindakan perusahaan dalam merekayasa pendapatan yang dikenakan pajak melalui perencanaan pajak. Perusahaan harus mempertimbangkan *trade off* antara upaya agresif pajak untuk mengurangi kewajibannya dan laba akuntansi yang akan dilaporkan kepada para pemangku kepentingan (Suandy, 2020). Agresivitas pajak digunakan untuk mengevaluasi usaha penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak. Penghindaran pajak dapat dilakukan melalui berbagai cara. Perusahaan yang terlibat dalam agresivitas perpajakan tidak hanya disebabkan oleh

ketidakpatuhan terhadap aturan perpajakan, tetapi juga dapat bertujuan untuk menghemat biaya dengan memanfaatkan ketentuan hukum tersebut. Semakin banyak celah yang dimanfaatkan oleh perusahaan, semakin agresif tindakan pajaknya

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi agresivitas pajak adalah pertumbuhan penjualan. Sales growth merupakan cerminan keberhasilan dari suatu perusahaan pada masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan dimasa mendatang. Semakin besar volume penjualan perusahaan maka pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat. Sales growth yang meningkat memungkinkan perusahaan mencapai laba yang lebih tinggi. Ketika perusahaan memperoleh peningkatan sales growth perusahaan cenderung melakukan praktik penghindaran pajak karena memperoleh laba besar menimbulkan pajak terutang yang besar pula (Susanti & Satyawan, 2020). Dalam teori argensi pertumbuhan penjualan dapat diartikan bahwa perusahaan berusaha mengelola beban pajaknya agar tidak mengurangi kinerja agent dari laba perusahaan yang mengakibatkan beban pajak semakin besar (Syahrani & Fathoni, 2025).

Dintia & Santioso, (2025) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance*. Hal ini meningkatnya *sales growth*, maka aset pun juga harus ditambah. Upaya perusahaan dalam menambah asetnya, manajer berusaha melakukan penghindaran pajak karena *sales growth* yang meningkat menyebabkan beban pajak yang ditanggung juga ikut bertambah. Sedangkan hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh Gurusinga, L.B., et al (2024) menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh *tax avoidance*. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan perusahaan yang besar atau kecil akan mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak, karena perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang meningkat maupun menurun memiliki kewajiban yang sama dalam membayar pajaknya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang memengaruhi tingkat agresivitas pajak perusahaan. CSR merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*), yang dikembangkan menjadi suatu kegiatan suatu perusahaan. Seringkali, CSR dilihat sebagai cara untuk mendapatkan legitimasi. Namun, CSR juga bisa dipakai untuk menyembunyikan penghindaran pajak melalui pengeluaran yang diklaim sebagai biaya operasional, (Syahdi, 2024). *Corporate Social Responsibility* berarti perusahaan memperhatikan konsekuensi sosial dan lingkungan saat melaksanakan kegiatan dengan cara mendapatkan keuntungan dan mengurangi kerugian. Di sisi lain, item CSR juga mencakup pengeluaran yang dapat dianggap sebagai biaya yang dapat dikurangkan. Biaya tersebut dikurangi dari penghasilan bruto, sehingga mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar (Romadhina, 2020). Penelitian mengenai hubungan antara penghindaran pajak dengan CSR telah dilakukan oleh (Rohyati & Suropto, 2021) yang menunjukkan bukti bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Sementara itu, penelitian oleh (Ervaniti et al., 2020) tidak dapat membuktikan adanya hubungan antara CSR dan penghindaran pajak.

Selain faktor internal perusahaan, faktor eksternal seperti koneksi politik juga diduga berpengaruh terhadap terhadap agresivitas pajak (Rahman, 2021). Perusahaan memiliki komponen yang berfungsi sebagai penopang untuk menguatkan struktur internal. Namun, sering kali terdapat hubungan yang terkait dengan politik di dalam bagian-bagian perusahaan. Hubungan tersebut merupakan suatu hubungan antara agent dan principal untuk melaksanakan beberapa layanan dengan melakukan pelimpahan wewenang pengambilan keputusan. Principal merupakan pemegang saham yang diwakili dewan komisaris sedangkan agent merupakan manajemen yang diwakili oleh dewan direksi. Teori keagenan memiliki sudut pandang bahwa ketika perusahaan terkoneksi politik maka perusahaan tersebut memiliki risiko yang tinggi dan memungkinkan terjadinya kegagalan bisnis besar, (Johnson dan Mitton, 2003 dalam Supatmi 2020). Lebih lanjut, hubungan politik banyak terlihat di negara-negara berkembang, di mana individu yang dekat dengan pemerintah diberikan posisi strategis, sehingga pemerintah dapat mengakses hierarki organisasi perusahaan baik dalam aspek komisaris maupun direksi. Oleh karena itu, semakin banyak koneksi politik yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi

tingkat penghindaran pajak yang mereka lakukan (Asadanie & Venusita, 2020). Penelitian oleh (Asadanie & Venusita, 2020) menunjukkan bahwa koneksi politik berkontribusi positif terhadap penghindaran pajak. Di sisi lain, studi yang dilakukan oleh (Bisnis et al., 2020) menunjukkan bahwa koneksi politik memiliki dampak negatif terhadap penghindaran pajak.

Selain itu, *Capital Intensity* juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki intensitas modal tinggi cenderung lebih mampu memanfaatkan penyusutan aset untuk mengurangi pajak yang harus dibayar, sehingga berdampak pada tingkat penghindaran pajak mereka. (Rosani & Andriyanto, 2024). (Risthi et al., 2024) Intensitas modal adalah investasi yang dilakukan perusahaan pada aset tetap, yang menjadi salah satu sumber daya yang digunakan untuk memproduksi dan meraih keuntungan. Intensitas modal dapat menjadi salah satu elemen yang mendorong perusahaan untuk mengambil langkah penghindaran pajak, karena perusahaan dengan jumlah aset tetap yang signifikan biasanya akan menghadapi beban pajak yang lebih rendah. Penelitian Ayustina dan Safi' (2023) yang menunjukkan bahwa intensitas modal berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Namun, temuan berbeda muncul dari penelitian (Kenamon et al, 2022), yang menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara intensitas modal dan penghindaran pajak.

Selain hasil penelitian yang beragam, terdapat kesenjangan penelitian dari sisi konteks dan periode penelitian. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan data sebelum pandemi atau hanya mencakup periode tertentu, sehingga belum menggambarkan kondisi terbaru pasca pemulihan ekonomi. Penelitian yang menggabungkan keempat variabel tersebut secara simultan dalam satu model juga masih terbatas, khususnya pada sektor manufaktur yang memiliki karakteristik intensitas aset tinggi dan kontribusi signifikan terhadap penerimaan pajak. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah dengan menguji secara komprehensif pengaruh pertumbuhan penjualan, CSR, koneksi politik, dan *capital intensity* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur periode 2022–2024. Penelitian ini sangat penting karena kebijakan perpajakan di Indonesia sedang berusaha untuk mengoptimalkan penerimaan pajak serta meningkatkan transparansi di perusahaan publik. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan publik bisa menyebabkan konflik dalam pengelolaan, reputasi yang terancam, serta penurunan basis pajak dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak di perusahaan-perusahaan manufaktur menjadi krusial untuk pembuat kebijakan, otoritas pajak, dan pemangku kepentingan lainnya.

Tinjauan Pustaka

Landasan teori dalam penelitian ini merujuk pada teori argensi (keagenan) dan teori legitimasi yang dimana variabel pertumbuhan penjualan, koneksi politik dan *capital intensity* menggunakan teori keagenan sedangkan variabel *corporate social responsibility* (CSR) menggunakan teori legitimasi. Teori keagenan adalah sebuah konsep yang menunjukkan hubungan antara agen dan prinsipal, yang melibatkan dua individu dalam sebuah tim atau organisasi. Prinsipal adalah pihak yang memiliki hak untuk membuat keputusan mengenai masa depan entitas dan memiliki tanggung jawab terhadap pihak lain, yaitu agen (Subroto, 2024:1). Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja operasionalnya. Dalam Teori Agensi, peningkatan pertumbuhan penjualan dapat menjadi sinyal positif bagi prinsipal terkait kinerja agen. Namun demikian, manajer juga memiliki insentif untuk memanipulasi atau mengelola angka penjualan guna menunjukkan performa yang baik (*window dressing*), sehingga memperbesar potensi konflik keagenan. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan tidak hanya mencerminkan kinerja riil, tetapi juga dapat menjadi alat bagi agen untuk mempertahankan posisi dan memperoleh kompensasi yang lebih tinggi. Selanjutnya, koneksi politik merupakan salah satu bentuk hubungan perusahaan dengan pihak pemerintah atau aktor politik yang dapat memberikan keuntungan tertentu, seperti kemudahan regulasi atau akses terhadap sumber daya. Dalam sudut pandang Teori Agensi, koneksi politik dapat dimanfaatkan oleh manajer untuk memperoleh manfaat pribadi maupun perusahaan, namun juga berpotensi meningkatkan biaya keagenan. Hal ini terjadi karena koneksi politik dapat mengurangi transparansi dan pengawasan

eksternal, sehingga memberi ruang bagi agen untuk bertindak oportunistik tanpa sepengetahuan prinsipal. Sementara itu, *capital intensity* menggambarkan besarnya proporsi aset tetap yang dimiliki perusahaan dalam mendukung operasionalnya. Tingginya *capital intensity* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki investasi besar pada aset jangka panjang, yang dalam Teori Agensi dapat meningkatkan kompleksitas pengawasan oleh prinsipal. Manajer memiliki diskresi yang lebih luas dalam mengelola aset tersebut, termasuk dalam penentuan kebijakan penyusutan atau investasi lanjutan, yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan. Dengan demikian, semakin tinggi *capital intensity*, semakin besar pula kemungkinan timbulnya masalah keagenan akibat meningkatnya peluang bagi agen untuk bertindak tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Terkait dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan informasi oleh perusahaan adalah jawaban terhadap kekuatan di sekitarnya, seperti ekonomi, sosial, dan pengungkapan ini memberikan legitimasi pada tindakan tersebut. Dalam teori legitimasi, pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dipandang sebagai salah satu strategi perusahaan untuk membangun, mempertahankan, atau memperbaiki legitimasi di mata stakeholder, terutama ketika perusahaan menghadapi tekanan publik atau berisiko mengalami sorotan negatif atas praktik bisnisnya. Salah satu praktik yang berpotensi mengancam legitimasi perusahaan adalah agresivitas pajak, mengingat penghindaran pajak yang berlebihan dapat dipersepsikan oleh masyarakat sebagai bentuk ketidakpatuhan terhadap kewajiban sosial perusahaan terhadap negara dan publik. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan agresivitas pajak cenderung meningkatkan pengungkapan CSR sebagai upaya kompensasi untuk menjaga citra positif dan legitimasi sosialnya, sehingga dampak negatif dari praktik perpajakan agresif dapat diredam oleh persepsi tanggung jawab sosial yang ditunjukkan perusahaan kepada public

Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan, (Tambunan 2018:9).

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

Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran yang dapat dilakukan untuk menggambarkan seberapa besar sebuah perusahaan bertumbuh berdasarkan penjualan yang dilakukan perusahaan (Priccila & Sinabutar, 2021).

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Salest} - \text{Net Salest} - 1}{\text{Net Salest} - 1}$$

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002) dalam Kholis (2020:3).

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total item pengungkapan}}$$

Kajian awal mengenai *Political Connections* digagas oleh Fisman (2001) yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dinyatakan mempunyai koneksi politik apabila perusahaan tersebut mempunyai hubungan dengan anggota keluarga atau sahabat presiden. Dalam penelitiannya, Fisman (2001) berusaha mengestimasi nilai/keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan adanya koneksi politik, Yunita (2022) dalam Indarti (2021:7)

Menurut Wati et al. (2019) pengukuran yang digunakan untuk mengetahui koneksi politik pada perusahaan yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang didalamnya terdapat anggota parlemen, Menteri, atau orang yang berkaitan dengan politik dalam jajaran perusahaan dan 0 jika tidak terdapat anggota parlemen, Menteri, atau orang yang berkaitan dengan politik dalam jajaran

perusahaan.

Capital intensity atau Rasio Intensitas modal adalah rasio yang menggambarkan berapa besar kekayaan perusahaan yang diinvestasikan pada bentuk aset tetap. *Capita intensity* atau intensitas modal akan diprosikan dengan intensitas aset tetap, Goh (2022:7).

$$CAPT = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Penelitian asosiatif kuantitatif merupakan jenis penelitian yang fokus pada pencarian hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024 yang informasinya diperoleh melalui situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022 – 2024. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini yaitu 228 perusahaan yang terdiri dari Sektor barang baku terdiri dari 85 perusahaan, sektor perindustrian terdiri dari 26 perusahaan, sektor barang konsumen primer terdiri dari 53 perusahaan, sektor barang konsumen non primer terdiri dari 49 perusahaan, sektor kesehatan terdiri dari 13 perusahaan dan sektor teknologi terdiri dari 2 perusahaan, (<https://sahamu.com>).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk menemukan sample dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024. Alasan penelitian menggunakan perusahaan manufaktur yaitu perkembangan ekspansi untuk industri manufaktur semakin meningkat, sektor manufaktur merupakan sektor perusahaan di BEI dengan jumlah paling banyak.
2. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun penelitian, karena perusahaan yang mengalami kerugian akan menghasilkan tarif efektif yang terdistorsi.
3. Perusahaan yang jumlahnya disajikan dalam bentuk rupiah periode tahun 2022-2024
4. Perusahaan yang tidak melakukan publikasi laporan keuangan secara berturut-turut dalam rentang waktu tiga tahun yaitu dari tahun 2022-2024.

Tahapan analisis data yaitu berupa pengumpulan data, kemudian pemberian skor, agar data mudah untuk diolah, tabulasi data setelah itu data bisa diolah dan kemudian dianalisis deskriptif menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 31. Selanjutnya, pengujian asumsi klasik untuk memastikan model regresi penelitian ini valid untuk dilanjutkan dengan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi dan uji terakhir atau uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t dan analisis regresi linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif akan ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	228	-0,99	1,82	0,0805	0,24547
CSR	228	-0,06	0,66	0,2248	0,09262
Koneksi Politik	228	-0,33	1,00	0,1819	0,36434
<i>Capital Intensity</i>	228	-0,19	0,73	0,2353	0,16751
Agresivitas Pajak	228	0,03	0,22	0,1496	0,02349
Valid N (listwise)	228				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar -0,99 yang dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 1,82. Nilai rata-rata (*mean*) pertumbuhan penjualan sebesar 0,0805. Nilai standar deviasi sebesar 0,24547. Pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) nilai terendah (*minimum*) sebesar -0,06, nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 0,66 dan nilai rata-rata (*mean*) dari CSR sebesar 0,2248. Nilai standar deviasi sebesar 0,09262. Variabel koneksi politik nilai terendah (*minimum*) sebesar -0,33 nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 1,00 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1819. Nilai standar deviasi sebesar 0,36434. Variabel *Capital Intensity* nilai terendah (*minimum*) sebesar -0,19, nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 0,73 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,2353. Standar deviasi sebesar 0,16751. Variabel Agresivitas Pajak sebagai variabel dependen memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,03, nilai agresivitas pajak tertinggi (*maximum*) sebesar 0,22, dan nilai rata-rata (*mean*) agresivitas pajak sebesar 0,1496. Nilai standar deviasi sebesar 0,02349.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Nomalitas

Tabel 3. Uji Normalitas			
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			228
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		0,02109759
Most Extreme Differences	Absolute		0,052
	Positive		0,052
	Negative		-0,036
Test Statistic			0,052
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,140
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,131
		Upper Bound	0,149

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 3. diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)^c* sebesar 0,200. Hasil tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian sudah berkontribusi normal dan lolos uji normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Pertumbuhan Penjualan	0,994	1,006
	CSR	0,921	1,086
	Koneksi Politik	0,895	1,117
	<i>Capital Intensity</i>	0,960	1,042
a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak			

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4, menunjukkan setiap variabel independen memiliki nilai VIF < nilai 10.00. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya tanda-tanda multikolinearitas pada variabel independen dalam model regresi penelitian ini. Oleh karena itu, model regresi dinyatakan lolos uji multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,017	0,003		6,532	0,000
Pertumbuhan Penjualan	0,005	0,004	0,095	1,420	0,157
CSR	-0,001	0,010	-0,009	-0,123	0,902
Koneksi Politik	0,000	0,003	-0,014	-0,193	0,847
Capital Intensity	-0,001	0,005	-0,011	-0,164	0,870

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 5, Pertumbuhan Penjualan menunjukkan nilai signifikansi 0,157 yang melebihi 0,05. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikansi 0,902 juga lebih besar dari 0,05. Koneksi Politik memiliki nilai 0,847 dan *Capital Intensity* memiliki nilai 0,870 berarti keduanya memiliki nilai diatas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.439 ^a	0,193	0,179	0,02129	1,975

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 6, nilai Durbin Watson adalah 1,975. Hasil ini dibandingkan dengan dL dan dU dengan menggunakan taraf $\alpha = 0,05$, $k = 4$, dan $n = 230$, diperoleh bahwa $dL = 1,75763$ dan $dU = 1,81045$, sehingga nilai $4 - dU = 2,18955$. Oleh karena itu, berdasarkan kriteria $dU < DW < 4 - dU$ atau $1,81045 < 1,975 < 2,18955$ sehingga model regresi dinyatakan tidak mengalami autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,142	0,004		34,091	0,000
Pertumbuhan Penjualan	-0,038	0,006	-0,402	-6,656	0,000
CSR	0,044	0,016	0,174	2,768	0,006
Koneksi Politik	0,001	0,004	0,022	0,344	0,731
Capital Intensity	0,003	0,009	0,023	0,376	0,707

a. Dependent Variabel: Agresivitas Pajak

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026.

$$\text{Agresivitas Pajak}' = 0,142 - 0,038X_1 + 0,044X_2 + 0,001X_3 + 0,003X_4$$

a = Konstanta (nilai agresivitas pajak' apabila $X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$)

Berdasarkan hasil persamaan linear berganda diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta yang diperoleh sebesar 0,142, artinya jika semua variabel independent yakni Pertumbuhan Pernjualan, CSR, Koneksi Politik dan *Capital Intensity* dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol) maka agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024 bernilai 0,142.

- b. Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan penjualan sebesar -0,038, artinya menunjukkan bahwa, jika pertumbuhan penjualan meningkat sebesar 1% dan variabel lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan, maka agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 akan menurun sebesar -0,038. Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,044, artinya menunjukkan bahwa jika CSR meningkat sebesar 1% dan variabel lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan, maka agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 akan bertambah sebesar 0,044. Nilai koefisien regresi variabel Koneksi Politik sebesar 0,001, artinya menunjukkan bahwa jika Koneksi Politik meningkat sebesar 1% dan variabel lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan, maka agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 akan bertambah sebesar 0,001. Nilai koefisien regresi variabel *Capital Intensity* sebesar 0,003, artinya menunjukkan bahwa jika *Capital Intensity* meningkat sebesar 1% dan variabel lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan, maka agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 akan bertambah sebesar 0,003.

Koefisien Diterminasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.439 ^a	0,193	0,179	0,02129
a. Predictors: (Constant), <i>Capital Intensity</i> , Pertumbuhan Penjualan, CSR, Koneksi Politik				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Tabel 8. menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,179 atau 18% tidak mendekati 1 maka berkesimpulan bahwa pengaruh variabel Independen pertumbuhan penjualan, CSR, Koneksi Politik dan *Capital Intensity* yang lemah (rendah) dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak, Sisanya, hampir seluruhnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Pengujian Hipotesis Uji Student (Uji T)

Tabel 9. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hasil Uji Hipotesis
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	0,142	0,004		34,091	0,000	
Pertumbuhan Penjualan	-0,038	0,006	-0,402	-6,656	0,000	H ₁ diterima
CSR	0,044	0,016	0,174	2,768	0,006	H ₂ diterima
Koneksi Politik	0,001	0,004	0,022	0,344	0,731	H ₃ ditolak
Capital Intensity	0,003	0,009	0,023	0,376	0,707	H ₄ ditolak

a. Dependent Variabel: Agresivitas Pajak

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil regresi yang ada pada tabel 9. nilai sig pertumbuhan penjualan sebesar 0,000 (<0,05) yang dimana nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka berkesimpulan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y agresivitas pajak. Berdasarkan hasil tersebut, maka H₁ yang dikembangkan dalam penelitian ini diterima. Nilai sig variabel CSR sebesar 0,006 (<0,05) yang dimana nilai 0,006 lebih kecil dari 0,05 maka berkesimpulan variabel X₂ CSR berpengaruh signifikan terhadap variabel Y agresivitas pajak. Berdasarkan hasil tersebut, maka H₂ yang dikembangkan dalam penelitian ini diterima. Nilai sig variabel Koneksi Politik sebesar 0,731 (>0,05) yang dimana nilai 0,731 lebih besar

dari 0,05 maka berkesimpulan variabel koneksi politik tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y agresivitas pajak. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_3 yang dikembangkan dalam penelitian ini ditolak. Nilai sig variabel *Capital Intensity* sebesar 0,707(>0,05) yang dimana nilai 0,707 lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan variabel X_4 *Capital Intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y agresivitas pajak. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_4 yang dikembangkan dalam penelitian ini ditolak.

Pembahasan

1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan berpengaruh terhadap kecenderungan perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji regresi menunjukkan CSR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006(<0,05), artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak sehingga H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh Koneksi Politik Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji regresi diperoleh dari nilai signifikansi 0,731(>0,05), yang menunjukkan bahwa koneksi politik tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, artinya H_3 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan hubungan politik yang dimiliki perusahaan, baik melalui komisaris, direksi, maupun pemegang saham yang memiliki keterkaitan dengan pemerintah atau partai politik, tidak secara otomatis memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan praktik agresivitas pajak.

4. Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,707(>0,05), yang menunjukkan bahwa *Capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, artinya H_4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya proporsi investasi perusahaan pada aset tetap tidak menjadi faktor yang menentukan tinggi rendahnya tingkat agresivitas pajak.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Artinya, meningkat atau menurunnya tingkat pertumbuhan penjualan memengaruhi tingkat agresivitas pajak pada perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel CSR sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa CSR menjadi faktor yang memengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024. Koneksi Politik tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Nilai signifikansi variabel koneksi politik sebesar 0,371 yang lebih besar dari 0,05. *Capital Intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Artinya, besar kecilnya proporsi aset tetap yang dimiliki perusahaan tidak memengaruhi tingkat agresivitas pajak. Nilai signifikansi variabel *Capital Intensity* sebesar 0,707 yang lebih besar dari 0,05.

Saran

Bagi perusahaan manufaktur, disarankan untuk lebih memperhatikan faktor Pertumbuhan Penjualan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh

terhadap agresivitas pajak. Bagi Investor dan kreditor, disarankan untuk tidak hanya menilai kinerja perusahaan dari aspek profitabilitas dan pertumbuhan penjualan, tetapi juga mempertimbangkan tingkat agresivitas pajak perusahaan. Bagi regulator pasar modal seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), diharapkan dapat terus meningkatkan pengawasan terhadap agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan, khususnya terkait transparansi pelaporan CSR dan kepatuhan perpajakan. Selain itu, bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP), disarankan untuk lebih mengoptimalkan pengawasan terhadap perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi dan aktivitas CSR yang signifikan, karena kedua faktor tersebut terbukti berkaitan dengan agresivitas pajak. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak, baik dari faktor internal yaitu leverage, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, maupun faktor eksternal seperti kualitas tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*), kepemilikan institusional, dan tekanan regulasi.

Daftar Pustaka

- Ayustina, A., & Safi'i, M. (2023). Pengaruh Sales Growth, Karakter Eksekutif, Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021), *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 2(1), 141-149.
- Bisnis, P. S., Pricing, T., & Politik, D. A. N. K. (2020). Terhadap Tax Avoidance. *JAE (Jurnal Akuntansi & Ekonomi)*, 5(2), 48–57.
- DDTC. (2023, 12 Juli). *Catatan bagi Pemerintah untuk Kejara Tax Ratio 15 Persen, Apa saja?*.DDTCNews.
- Dintia, C., & Santioso. L. (2025). The Influence of Sales Growth, Leverage, Company Size, and Profitability On Tax Avoidance in Consumer Non-Cyclical Companies From 2021 to 2023, *Internastional Journal of Appication on Economics and Business (IJAEB)*, 3(3).
- Ervaniti, D., Afifuddin, & Sari, A. F. K. (2020). Pengaruh Corporate Ownership, Karakteristik Eksekutif, dan Intensitas Aset Tetap terhadap Tax Avoidance. *E-Jra*, 09(07), 96–111.
- Goh, Sumarsan Thomas & Erika. (2022). *Monogrof Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Agresivitas Pajak*. Kebonagung, Sukodono, Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Gurusinga, B. L., Hidayat. F., & Lobion. S. (2024). Pengaruh Finacial Distress, Sales Growth dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022, *Journal of Business, Management and Accounting*, 6(1), 261-274.
- Indarti, K. G. M. (2021). *Political Connection: Konsep, Model Pengukuran, Dan Peluang Riset*, Purbalingga: Eureka Mesia Arkasa.
- Kenamon, M., Afni, H., & Hastuti, I. (2022). Pengaruh Konservatisme Akuntansi Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021, *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 8(2).
- Kholis, Azizul. (2020). *Corporate Social Responsibility, Konsep dan Implementasi*. Medan: Economic & Business Publishing.
- Oktaviyani, A. (2024, 22 Januari). *Statistik Penerimaan Pajak Tahun 2023 dalam Angka*.DJP.<https://pajak.go.id/index.php/id/artikel/statistik-penerimaan-pajak-tahun-2023-dalam-angka>
- Romadhina, P. A. (2020). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018, *Jurnal Of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 286-298.
- Rohyati, Y., & Suropto, S. (2021). Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, and Management Compensation against Tax Avoidance. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2612–2625

- Rahman, A. A. (2021). The Effect Of Liquidity, Profitability, Capital Intensity, Political Connections, And Audit Quality On Tax Aggressiveness, *Artikel Ilmiah*.
- Rosani, N. R., & Andriyanto, R. W. (2024). The Influence of Independent Commissioners, Profitability, Company Size, Fixed Asset Intensity, Liquidity, and Transfer Pricing on Tax Aggressiveness (Pengaruh Komisaris Independen, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, Likuiditas, dan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(2), 3490–3505. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Risthi, A., Novianti, D., & Anita Silviani, Y. (2024). FAKTOR-FAKTOR PENGGERAK AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE DI BEI: Capital Intensity, Kepemilikan Manajerial dan Koneksi Politik. *Kepemilikan Manajerial Dan Koneksi Politik. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(4), 1209–1224.
- Syarifudin, Akhmad. (2018). *Buku Ajar Perpajakan*. Kebumen: STIE Putra Bangsa.
- Susanti, D., & Satyawan, D. M.,. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak, *Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1).
- Syahrani, A. P. A., & Fathoni, I., M. (2025). The Influence of Sales Growth and Capital Intensity on Tax Aggressiveness, *International Journal of Science and Society*, 7(1).
- Syahdi, D. M. (2024). *Pengaruh Capital Intensity, Sales Growth, Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Diversitas Gender Dewan Dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance*, [Skripsi tidak diterbitkan]. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru.