

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara meminimalkan laba kena pajak, dengan tujuan untuk memperkecil kewajiban pajaknya. Menurut Richardson & Lains (2012) agresivitas pajak adalah demonstrasi merancang pembayaran yang tersedia yang sering dilakukan organisasi melalui pengaturan biaya, untuk memperkecil kewajiban yang harus dibayarkan dengan memakai cara yang sah atau terlarang (Lumbantobing & Siagian, 2021). Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan bagi suatu negara yang terbesar dan memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan nasional. Hal ini didukung dengan data realisasi penerimaan negara dari tahun 2019 – 2023 yang diperoleh dari laman Badan Pusat Statistik. Data tersebut disajikan dalam tabel 1 berikut:

**Tabel 1. 1 Realisasi Penerimaan Negara Tahun 2019 - 2023**

Tahun	Realisasi Penerimaan Negara (Milyar Rupiah)		
	Penerimaan Perpajakan	Penerimaan Bukan Pajak	Hibah
2019	1.546.141,90	408.994,30	5.497,30
2020	1.285.136,32	343.814,21	18.832,82
2021	1.547.841,10	458.493	5.013,00
2022	2.034.552,50	595.594,50	5696,10
2023	2.11.348,00	515.800,90	3.100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan data tabel 1.1 tersebut dapat dilihat bahwa pajak menempati posisi teratas sebagai penyumbang penerimaan negara. Pada data yang disajikan dapat dilihat bahwa penerimaan negara yang diperoleh dari pajak terus mengalami

peningkatan, meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 karena pandemi covid-19. Penerimaan yang diperoleh melalui pajak nantinya digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan publik, baik dari perbaikan dan peningkatan infrastruktur, pendidikan, maupun layanan sosial lainnya. Salah satu sub sektor penyumbang penerimaan pajak adalah industri makanan dan minuman. Dilansir dari laman Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menyatakan pada triwulan II – 2021 lima besar contributor PDB di periode ini adalah industri makanan dan minuman yakni sebesar 6,66%. Bahkan industri makanan dan minuman berada di posisi pertama sebagai industri dengan nilai ekspor terbesar yakni sebesar 19.58% (Admin, 2021). Selain itu, berdasarkan yang disampaikan oleh Direktur Jenderal Pajak Suryo Utomo pada tahun 2022, hingga tanggal 31 Agustus industri makanan dan minuman terealisasi Rp 57,39 triliun dari pajak industri pengolahan, industri kimia dan farmasi terealisasi 48,84 triliun. Kemudian industri logam dan barang turunannya tercapai Rp 40,67 triliun, industri hasil pertambangan Rp 51,56 triliun, industri kertas, karet, plastic, dan barang turunannya Rp 20,64 triliun (C. A. Putri, 2022). Apabila dilihat melalui persentase, dapat dilihat melalui tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1. 2 Data Kinerja Penerimaan Pajak Tahun 2022 (Persentase)**

No	Industri	Presentase
1	Industri makanan dan minuman	18,4%
2	Industri kimia, farmasi, dan obat tradisional	15,7%
3	Industri logam dan barang turunannya	13,1%
4	Industri hasil pertambangan	16,6%
5	Industri kertas, karet, plastic, dan barang turunannya	6,6%

Sumber: Data Diolah (2024)

Dalam sistem pemungutan pajak *self assessment*, kepatuhan dari wajib pajak sangat memegang peranan penting dalam penerimaan pajak. Demi memenuhi

target penerimaan tersebut, wajib pajak diharapkan memenuhi kewajiban perpajakannya tepat waktu (Yasa et al., 2020). Namun, dengan salah satu sifat pajak yang memaksa seringkali dianggap sebagai suatu beban oleh wajib pajak terutama pemilik perusahaan. Menurut Astuti & Aryani (2017) bagi perusahaan pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi laba sehingga perusahaan selalu menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin (Raihani et al., 2024). Sedangkan dari sisi pemerintah menginginkan pembayaran pajak semaksimal mungkin. Kondisi demikian menyebabkan wajib pajak melakukan praktik agresivitas pajak baik itu secara legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*), dimana praktik ini dapat berpotensi mengurangi penerimaan negara.

Berdasarkan laporan *Corporate Tax Statistic* yang dirilis oleh OECD pada tahun 2021, laporan ini memberikan informasi mengenai penerimaan pajak di berbagai negara. Data menarik yang ditemui dalam laporan ini adalah publikasi statistik laporan per negara alias *Country-by Country Report (CbCR)*. Laporan ini memuat *helicopter view* cara perusahaan menempatkan kegiatan usaha dan aset serta menunjukkan total pembayaran pajak di tiap yurisdiksi tempat perusahaan-perusahaan tersebut melakukan operasinya. Dalam laporan tersebut ditemukan adanya suatu bukti ketidakselarasan antara tempat profit dilaporkan dengan dimana bisnis beroperasi. Perusahaan-perusahaan tersebut menempatkan rata-rata 13% dari total profit, 38% pegawai, dan 16% total *tangible asset* di kelompok negara dengan penghasilan menengah (*middle income countries*), termasuk Indonesia.

Selain itu, porsi pendapatan yang timbul dari transaksi dengan pihak berelasi 2 kali lipat lebih besar di *investment hubs* yakni 40% dari total pendapatan apabila dibandingkan dengan proporsi di negara lainnya yakni sebesar 20% dari

total pendapatan. Hal ini menimbulkan masalah apabila harga yang ditetapkan dalam transaksi tersebut tidak memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Hal ini didukung dengan *The Organization for Economic and Development* (OECD) yang merekomendasikan agar transaksi pihak berelasi mematuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, yang mana mensyaratkan transaksi tersebut dilakukan seolah-olah para pihak tidak mempunyai hubungan istimewa (Dharmawan et al., 2024). Sehingga, semakin tinggi proporsi transaksi yang dilakukan dengan pihak berelasi, maka semakin tinggi risiko ketidakwajaran dalam penetapan harga. Hal ini berimbas pada grup usaha yang dapat dengan mudah melakukan pergeseran laba perusahaan ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih menguntungkan yang dikenal dengan *transfer pricing* (Daholi, 2022).

Dilansir dari laman mekari klik pajak, dari aspek akuntansi industri *transfer pricing* digunakan sebagai cara untuk memaksimalkan laba perusahaan yang ditempuh dengan penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari perusahaan kepada organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama (Hafidh, 2024). Definisi *transfer pricing* belakangan ini memiliki makna yang negatif karena dianggap sebagai cara perusahaan multinasional untuk menerapkan praktik penghindaran pajak, yang dilakukan dengan mengalihkan laba dari tarif pajak yang tinggi ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Meskipun dianggap cara yang legal, akan tetapi praktik ini dianggap kurang bermoral karena berpotensi untuk mengurangi penerimaan pajak negara dimana perusahaan beroperasi.

Istilah pengalihan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah atau dibebaskan dari pengenaan pajak juga dikenal dengan *profit shifting*. Skema yang dilakukan perusahaan multinasional dalam menerapkan *profit shifting* adalah

ketika perusahaan tersebut mendirikan anak perusahaan dalam bentuk penanaman modal asing di sebuah negara berkembang. Dalam praktiknya *profit shifting* juga dapat terjadi diantara perusahaan afiliasi yang beroperasi dalam satu yurisdiksi yang sama. Mekanisme ini dilakukan dengan cara memindahkan laba dari perusahaan yang memperoleh keuntungan ke entitas afiliasi yang memiliki kerugian maupun memiliki fasilitas pajak berupa insentif. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi kewajibannya. Praktik ini dikenal dengan sebutan *domestic profit shifting* (Santo, 2023).

Pada data laporan keuangan perusahaan yang diakses melalui situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) terdapat sejumlah perusahaan yang tergabung dalam sub sektor makanan dan minuman yang memiliki hubungan dengan berbagai pihak berelasi di beberapa negara dengan yurisdiksi pajak yang berbeda. Sebagian perusahaan memiliki pihak berelasi di Singapura yang memiliki tarif pajak 17% dibandingkan dengan Indonesia yang memiliki tarif pajak 22% hingga saat ini. Selain di Singapura, perusahaan juga sebagian besar memiliki pihak berelasi di negara-negara seperti Thailand, Amerika, Filipina maupun negara dengan tarif pajak dan yurisdiksi yang berbeda. Kondisi ini menjadi salah satu potensi bagi perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Pada kasus tertentu perusahaan bisa saja mengakui pendapatan di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah dan perusahaan akan mengakui beban di negara dengan tarif pajak yang lebih besar. Dengan demikian perusahaan bisa memperoleh laba semaksimal mungkin dengan pembayaran pajak yang minim dari tindakan yang dilakukan tersebut.

Hal ini didukung dengan pernyataan Menteri Keuangan Ibu Sri Mulyani, dimana beliau mengungkapkan salah satu kebocoran pajak di Indonesia. Banyak

perusahaan di Indonesia mengaku rugi agar terhindar dari kewajiban membayar pajak, namun ekspansi usahanya terus berjalan. Padahal pajak penghasilan (PPh) Badan sudah diturunkan secara berkala dari tahun ke tahun, 25% pada tahun 2019 menjadi 22% pada tahun 2020 dan 2021, dan diturunkan menjadi 20% pada tahun 2022. (C. A. Putri, 2021b). Di samping itu UN Trade mengungkapkan bahwa 60% - 80% merupakan transaksi afiliasi yang bekerja di perusahaan multinasional. Adapun di Indonesia kasusnya sebanyak 37% - 42% dari PDB dilaporkan sebagai transaksi afiliasi di dalam SPT Badan. Ibu Sri Mulyani menjelaskan kondisi ini menyebabkan potensi penggerusan basis pajak dan pergeseran laba diperkirakan sebesar US\$ 240 miliar per tahun. Setara dengan 4% sampai 10% penerimaan PPh Badan global, menurut OECD (C. A. Putri, 2021a).

Di samping kondisi tersebut, berkaitan dengan Undang-Undang tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) per tanggal 1 April 2022 naik semula 10% menjadi 11% dan akan menjadi 12% pada tahun 2025. Kenaikan tarif ini menjadi salah satu langkah pemerintah dalam mengantisipasi berbagai tantangan penerimaan pajak yang timbul akibat meningkatnya tren praktik penghindaran pajak (Ardianto & Pangastuti, 2021). Kendati demikian, kenaikan tarif PPN ini dapat memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif yang timbul adalah kenaikan PPN diharapkan dapat memperbaiki kondisi penerimaan negara yang belum optimal. Sedangkan dampak negatifnya kenaikan ini juga menjadi penyebab peningkatan harga barang dan jasa sehingga mempengaruhi daya beli masyarakat (Majid et al., 2023).

Bagi perusahaan, hal ini berpotensi mendorong perusahaan dalam melakukan praktik perencanaan pajak yang lebih agresif sebagai salah satu respon

terhadap tekanan biaya yang mengalami peningkatan (Kwan & Sarjono, 2024). Perusahaan bisa bertindak lebih aktif dalam merancang strategi perencanaan pajak dengan tujuan meminimalkan dampak kenaikan PPN, termasuk penggunaan insentif yang tersedia, pengaturan struktur perusahaan yang lebih efisien, memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan, maupun dengan cara melakukan transaksi di wilayah yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Kasus perusahaan yang melakukan agresivitas pajak dengan cara sah maupun illegal tentu sangat banyak dijumpai. Dalam hal ini yang terungkap salah satunya adalah perusahaan industri makanan dan minuman PT Indofood Sukses Makmur, Tbk dimana pada tahun 2021 perusahaan ini terlibat dalam kasus penghindaran pajak sebesar Rp 1,3 miliar. Kasus ini bermula ketika PT Indofood Sukses Makmur, Tbk mendirikan entitas baru yakni PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk dan mengalihkan aset serta operasi divisi mie instan ke entitas baru tersebut. Akan tetapi, DJP tetap menetapkan bahwa pajak yang menjadi kewajiban PT Indofood Sukses Makmur, Tbk sebesar Rp 1,3 miliar tersebut harus tetap dilunasi meskipun terdapat adanya perubahan dalam struktur perusahaan, sehingga kewajiban pajak tetap melekat pada entitas yang bersangkutan. Kasus ini memberikan sorotan pentingnya kepatuhan pajak dan upaya DJP dalam hal penerimaan negara agar tidak dirugikan (Kurtusi & Angraini, 2024).

Pada tahun 2019 PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk di Indonesia melaksanakan aktivitas *transfer pricing* dengan PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk serta PT Indofood Sukses Makmur, Tbk dalam pembelian bahan baku, setelah itu melaksanakan penjualan ke PT Indomarco Prismatama, Tbk pada tahun 2019 sebesar Rp 1.221.194.428.452 ataupun 36,59% yang serta diketahui sebagai

fenomena yang mengindikasikan praktik *transfer pricing* di Indonesia. Banyak bisnis sudah melaporkan kalau mereka hendak mengurangi laba bersih mereka guna membayar pajak lebih sedikit antara tahun 2018 – 2022, serupa PT Mayora Indah turun sebesar 0,51%, dan sangat besar ialah PT Garudafood, Tbk turun sebesar 19,9% (D. A. Putri & Simanjuntak, 2023).

Potensi agresivitas pajak dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman menjadi suatu isu yang penting dan relevan ketika membahas terkait perpajakan. Mengingat industri ini memiliki karakteristik yang dinamis dengan rantai pasokan yang kompleks, sehingga dapat memunculkan potensi perusahaan untuk memanfaatkan strategi perpajakan tertentu untuk mengurangi beban pajak. Potensi agresivitas pajak muncul ketika perusahaan melakukan perencanaan agresif, termasuk melalui *transfer pricing*, transaksi dengan pihak berafiliasi, serta skema penghindaran pajak lainnya yang dapat memengaruhi penerimaan negara. Kondisi ini semakin mengkhawatirkan ketika didukung dengan bukti nyata bahwa praktik-praktik yang dilakukan perusahaan tersebut menyebabkan kerugian fiskal akibat pergerusan basis pajak.

Melalui fenomena yang mempengaruhi agresivitas pajak, ditemukan adanya ketidakkonsistenan dalam penelitian dan menghasilkan hasil penelitian yang beragam. Sehingga masih diperlukan pengembangan lebih lanjut. Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi, mengindikasikan bahwa meskipun penerimaan pajak mengalami peningkatan, akan tetapi praktik-praktik agresivitas pajak dengan cara *tax avoidance* dan *tax evasion* masih tidak dapat dihindari. Hal ini dibuktikan dengan banyak wajib pajak badan yang melaporkan rugi akan tetapi usahanya masih terus beroperasi. Selain itu, adanya kasus perusahaan-perusahaan yang

melakukan penghindaran pajak juga menjadi bukti bahwa agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pajak yang dibayarkan ke kas negara. Sehingga penelitian dengan topik agresivitas pajak perlu diteliti dan dikaji lebih lanjut. Dengan begitu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mengambil topik agresivitas pajak sebagai variabel dependen. Sehingga penelitian ini berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan Kualitas Audit Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2019 – 2023”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Melalui fenomena tersebut, perilaku yang mempengaruhi tindakan agresivitas pajak dapat digambarkan melalui suatu teori. Dalam penelitian ini berpedoman pada *agency theory* yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori ini menggambarkan hubungan kontraktual antara principal dan agen. Agen sebagai manajemen perusahaan merupakan pihak yang diberikan perintah dan diharapkan dapat bertindak sesuai dengan kepentingan principal. Sedangkan principal sebagai pihak pemegang saham adalah pihak yang memberikan perintah kepada agen untuk melakukan sejumlah tugas sesuai dengan apa yang diperintahkan. Scott (2000) menjelaskan bahwa teori keagenan merupakan desain kontrak yang tepat untuk menyelaraskan kepentingan principal dan agen apabila terjadi benturan kepentingan (Dewi et al., 2023). Teori ini berasumsi bahwa agen maupun principal sebagai ekonomi rasional yang dimotivasi oleh kepentingan pribadi.

Berdasarkan teori agensi, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya adalah

profitabilitas. Profitabilitas merujuk pada kemampuan dari suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas digunakan sebagai penentu perusahaan dalam pembayaran beban pajak. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan semakin tinggi juga beban pajak yang dimiliki, sehingga perusahaan harus menyiapkan pajak sebesar pendapatan yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas dapat dijadikan sebagai salah satu media dalam praktik agresivitas pajak, karena perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan laba kena pajak dengan tujuan untuk memperkecil kewajibannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yuliantoputri & Suhaeli, 2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dan didukung oleh penelitian (Jasper & Setyawati, 2023), (Rosadani & Wulandari, 2022), (Indriyani & Mahpudin, 2024), (Shinta & Sihono, 2023), (Simamora & Rahayu, 2020), dan (Alvin & Susanto, 2022). Namun, penelitian tersebut bertolak dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardani et al., 2022), (Suciani, 2024), dan (U. Rahayu & Kartika, 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Selain itu, faktor kedua yang mempengaruhi praktik agresivitas pajak adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR mengarah pada hubungan antara perusahaan dan masyarakat di lingkungan perusahaan dan sekaligus menjadi panggilan bagi perusahaan untuk ikut serta dalam perbaikan berkelanjutan. CSR seringkali digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Hubungannya dengan tindakan agresivitas pajak adalah perusahaan yang terlibat dalam praktik tersebut dapat menggunakan CSR untuk mengalihkan perhatian dari tindakan agresivitas pajak. Dalam rangka mengurangi

beban pajak manajer perusahaan mengakalinya dengan mengutamakan *deductible expense* yakni dengan memasukkan biaya ke dalam kegiatan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (D. D. Rahayu & Wahjudi, 2021) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian tersebut didukung dengan penelitian (Yuliantoputri & Suhaeli, 2022), (Hanum & Faradila, 2023), (Soelistiono & Adi, 2022), (Migang & Dina, 2020), dan (Junensie et al., 2020). Namun, hal ini bertolak dengan penelitian yang dilakukan oleh (Butar & Surifah, 2023) yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini didukung oleh (U. Rahayu & Kartika, 2021), (Kurniawati, 2019), (Lumbantobing & Siagian, 2021), (Anandani, 2020), (Ariani & Prastiwi, 2020), dan (Adharani & Junaidi, 2022).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi tindakan agresivitas pajak adalah kualitas audit. Kualitas audit berperan sebagai salah satu mekanisme untuk mengurangi konflik kepentingan. Sehingga, dalam hal ini kualitas audit bertujuan untuk memeriksa laporan keuangan yang disusun oleh manajemen perusahaan (agen) agar mencerminkan kondisi keuangan perusahaan secara wajar dan sesuai dengan standar akuntansi yang telah ditetapkan. Jadi, semakin baik kualitas audit terkhusus apabila yang mengaudit adalah auditor dari big four, maka manajemen akan merasa hati-hati dalam menyusun laporan keuangan. Kualitas audit sebagai variabel penelitian karena di masing-masing negara KAP Big Four memiliki pihak afiliasinya, sehingga hal ini memungkinkan dalam memeriksa tingkat agresivitas perusahaan sub sektor makanan dan minuman beserta pihak berelasinya yang berada di luar Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Shinta & Sihono, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan didukung oleh (Alvin & Susanto, 2022), (Ghifary et al., 2022), (Rospitasari & Oktaviani, 2021), (Atikah & Ariani, 2024), (Alnasvi & Sastrodiharjo, 2019), dan (Abduh et al., 2022). Namun, bertolak dengan penelitian yang dilakukan oleh (P. Y. A. Putri et al., 2019), (Ambarsari et al., 2019), (Doho & Santoso, 2020), dan (D. N. Putri & Putri, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas audit berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan multinasional dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti *transfer pricing* maupun dengan *profit shifting*. Hal ini dapat terjadi mengingat perusahaan-perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki kedudukan di beberapa negara dengan yurisdiksi pajak yang berbeda, sehingga perusahaan tersebut berpotensi untuk melakukan praktik agresivitas pajak. Perusahaan bisa bertindak dengan cara mengakui pendapatan di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah dan mengakui biaya di negara dengan tarif pajak yang lebih besar. Tidak hanya itu, perusahaan juga bisa bertindak dalam pengalihan laba dalam satu yurisdiksi yakni dengan memindahkan keuntungan dari satu perusahaan yang mengalami laba ke perusahaan yang mengalami kerugian. Tindakan yang dilakukan ini berpotensi untuk mengurangi penerimaan pajak negara mencapai US\$ 240 miliar per tahun.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan atas pemaparan terkait permasalahan yang terjadi, maka penulis membatasi fokus penelitian pada pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan kualitas audit terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

2019-2023. Dipilihnya perusahaan sub sektor makanan dan minuman karena perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian. Di samping itu perusahaan ini seringkali menerapkan variasi pada praktik keuangannya, seperti halnya melakukan praktik *transfer pricing* dan melibatkan pihak afiliasinya di beberapa yurisdiksi dengan tarif pajak yang berbeda sehingga adanya kemungkinan perusahaan dalam mengambil tindakan agresivitas pajak sangat memungkinkan untuk terjadi. Penelitian ini menggunakan rentang waktu lima tahun yakni 2019 – 2023 karena waktu ini mencakup perubahan terkait kebijakan terutama berkaitan dengan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Selain itu, pengambilan rentang waktu lima tahun memberikan cakupan data penelitian yang lebih luas, seperti adanya Covid-19 pada tahun 2019 maupun adanya perubahan kebijakan pada tahun tersebut, serta terdapat kondisi dimana perusahaan yang berada di sub sektor makanan dan minuman melakukan praktik agresivitas pajak.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak?
3. Apakah kualitas audit berpengaruh secara parsial terhadap agresivitas pajak?
4. Apakah profitabilitas, *corporate social responsibility* (CSR), dan kualitas audit berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan atas permasalahan yang diajukan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada sub sektor makanan dan minuman.
2. Untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak pada sub sektor makanan dan minuman.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas audit terhadap agresivitas pajak pada sub sektor makanan dan minuman.
4. Untuk menguji pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility* (CSR), dan kualitas audit terhadap agresivitas pajak pada sub sektor makanan dan minuman.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperluas pengetahuan secara teoritis dan turut serta berkontribusi dalam pengembangan teori agensi dan teori legitimasi secara umum maupun ilmu pengetahuan dalam mata kuliah yang berkaitan dengan Jurusan Ekonomi dan Akuntansi. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai bahan penelitian sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan agar pemerintah dapat memberikan pengawasan dan memperketat *grey area* peraturan perpajakan sehingga celah-celah tersebut tidak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

### b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada perusahaan-perusahaan di Indonesia mengenai pentingnya melakukan kewajiban perpajakan. Sehingga penerimaan pajak yang diperoleh negara dapat digunakan untuk membiayai segala kebutuhan negara maupun membiayai pembangunan infrastruktur.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah kepustakaan mengenai pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility* (CSR), dan kualitas audit terhadap agresivitas pajak pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.