



## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA AGRESIVITAS PAJAK DAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI PEMODERASI

Ida Bagus Dita Braditya<sup>1</sup> Ni Luh Supadmi<sup>2</sup>

### Article history:

Submitted: 3 Agustus 2022

Revised: 17 Agustus 2022

Accepted: 27 Agustus 2022

### Keywords:

*Corporate Social Responsibility;*  
*Tax Aggressiveness;*  
*Earnings Management;*

### Kata Kunci:

*Corporate Social Responsibility;*  
*Agresivitas Pajak;*  
*Manajemen Laba;*

### Koresponding:

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis*  
*Universitas Udayana, Bali,*  
*Indonesia*  
*Email: gusdita21@gmail.com*

### Abstract

*Tax aggressiveness is an action that aims to reduce taxable profit through tax planning. The practice of tax aggressiveness by avoiding tax payments or reducing the tax burden paid will significantly takes benefit, so that the amount of cash enjoyed by the owners/shareholders in the company becomes greater. This study aims to determine by empirically testing the effect of the interaction between Corporate Social Responsibility and earnings management on tax aggressiveness. This research was conducted on manufacturing sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019. Determination of the number of samples in this study using a purposive sampling technique. Based on the criteria in this study, the number of samples used in this study were 28 samples of companies with 84 observational data. Data were analyzed using Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility has a negative and significant effect on tax aggressiveness and earnings management is a moderating variable that weakens the negative effect of corporate social responsibility on tax aggressiveness.*

### Abstrak

Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan yang bertujuan untuk menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak. Praktik agresivitas pajak dengan menghindari pembayaran pajak atau membuat rendah beban pajak yang dibayarkan secara signifikan akan memperoleh keuntungan, sehingga jumlah kas yang dinikmati pemilik/pemegang saham dalam perusahaan menjadi lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan melakukan pengujian secara empiris pengaruh interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba pada agresivitas pajak. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 28 sampel perusahaan dengan 84 data amatan. Data dianalisis dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak dan Manajemen laba menjadi variabel *moderating* yang memperlemah efek negatif pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak.

## PENDAHULUAN

Pajak yang dibayarkan kepada negara oleh rakyat digunakan untuk pembiayaan negara (Mardiasmo, 2011), karena pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang terbesar. Kementerian Keuangan mencatat realisasi penerimaan pajak baru mencapai Rp1.018,47 triliun atau 64,56 persen dari target APBN 2019 sebesar Rp1.577 triliun serta masih tumbuh sebesar 0,23 persen. Pencapaian ini berasal dari penerimaan Pajak Penghasilan (PPh) Nonmigas dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Kemenkeu, 2019). Bagi negara pajak merupakan pendapatan, namun bagi individu ataupun perusahaan pajak merupakan beban yang harus dibayar sehingga menimbulkan kemungkinan perusahaan menjadi agresif terhadap pajak (Chen, 2010). Tindakan agresivitas pajak dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *tax avoidance* (legal) dengan memanipulasi penghasilan yang diperoleh sesuai aturan yang berlaku sehingga masih legal namun dapat memperkecil pajak terutang (Aditama, 2013), dan *tax evasion* (illegal) atau *tax sheltering* dengan mendesain transaksi sehingga akan mengurangi kewajiban perpajakan (Septiawan, 2021). Meskipun adanya tindakan agresivitas pajak yang dianggap legal, kegiatan ini tetap menyalahi peraturan perpajakan dan dapat merugikan negara.

Beberapa kasus pada perusahaan yang melakukan agresivitas pajak yaitu pada PT Metropolitan Retailmart, Bakrie Group, BCA dan PT Asian Agri Group. Salah satu cara yang dilakukan dengan melakukan penyuaian kepada pegawai pajak, contohnya kasus Gayus Tambunan menerima suap sebesar Rp.925 juta rupiah dari Roberto Santonius terkait kepengurusan gugatan keberatan pajak PT Metropolitan Retailmart dan menerima 3,5 juta dollar Amerika dari Alif Kuncoro terkait kepengurusan pajak tiga perusahaan Grup Bakrie, yakni PT Arutmin, PT Kaltim Prima Coal dan PT Bumi Resource (Siregar, 2014). Kasus lainnya terjadi pada Hadi Poernomo selaku pegawai Dirjen Pajak yang memanipulasi telaah direktorat PPh. mengenai keberatan SKPN PPh. BCA. Hal ini menyebabkan BCA telah merugikan negara dengan tidak membayar pajak sebesar Rp.375 miliar (Siregar, 2014). Fenomena ini mengindikasikan bahwa agresivitas pajak menimbulkan banyak kerugian bagi negara yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara.

Besarnya pajak yang dibayar bergantung pada perolehan laba bersih perusahaan. Semakin kecil laba yang dihasilkan maka semakin kecil kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Dalam hal ini, perusahaan kerap menerapkan manajemen laba dengan menyajikan laporan keuangan sesuai kepentingan manajer agar menguntungkan perusahaan dengan cara menaikkan atau menurunkan laba perusahaan (Putri, 2004). Manajemen laba yang diterapkan perusahaan akan berdampak pada penurunan penghasilan kena pajak. Oleh karena itu semakin agresif perusahaan menerapkan manajemen laba maka tingkat agresivitas pajak perusahaan juga tinggi karena beban pajak semakin kecil. Meski agresivitas pajak ini dilakukan untuk menguntungkan perusahaan, namun nyatanya juga berdampak negatif bagi perusahaan itu sendiri (Lanis, 2013), karena akan menimbulkan pandangan negatif dari masyarakat. Untuk itu, perusahaan melakukan kegiatan sosial yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Lanis, 2013). Dengan adanya kegiatan CSR ini diharapkan perusahaan akan mendapatkan legitimasi positif dari masyarakat. Purwanggono (2015) mengemukakan bahwa perusahaan dengan CSR yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan tidak bertanggung jawab secara sosial sehingga tingkat perencanaan pajak akan menjadi lebih agresif.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini menggunakan manajemen laba sebagai variabel moderasi karena variabel ini merespon ketidakpatuhan perpajakan (Marlina, 2013). Putri (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa manajemen laba dapat dijadikan sebagai alat bagi perusahaan untuk menghindari pajak. Selain itu, Utami (2017) mengemukakan bahwa manajemen laba menyebabkan tingkat kepatuhan wajib pajak semakin rendah dan memiliki risiko tinggi untuk melakukan tindakan pajak agresif.

Tindakan meminimalkan pajak atau agresivitas pajak kerap dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar, karena merasa terbebani oleh besarnya pajak yang harus dibayarkan. Agresivitas pajak memang dapat membantu meringankan beban pajak yang dibayar perusahaan, namun bagi masyarakat tindakan tersebut bersifat negatif (Utari, 2014). Dalam teori legitimasi dijelaskan bahwa perusahaan dengan pajak yang agresif akan mengungkapkan informasi tambahan yang berkaitan dengan kegiatan CSR sebagai upaya untuk meningkatkan perhatian publik dan mencari simpati dari masyarakat (Deegan, 2002). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laguir (2015), Yunistiyani (2016), dan Pradipta (2016) yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Artinya, perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif, melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas daripada perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada Agresivitas Pajak.

Salah satu alasan diterapkannya manajemen laba adalah karena motivasi pajak (Putri, 2014). Adanya manajemen laba menyebabkan manajer leluasa mengatur laba yang akan disajikan dalam laporan keuangan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa agen sebagai pengelola perusahaan memiliki informasi lebih banyak dibandingkan para pemegang saham. Hal ini menyebabkan manajemen perusahaan dapat melakukan manajemen laba. Selain itu, manajemen laba dapat digunakan untuk melakukan agresivitas pajak untuk mengurangi beban pajak (Kim, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Muzzaki (2015) dan Firdaus (2013) menemukan adanya hubungan negatif pengungkapan CSR dengan manajemen laba, dimana perusahaan dengan komitmen kuat untuk melaksanakan CSR akan mendapatkan legitimasi positif di masyarakat sehingga akan membatasi praktik manajemen laba. Octaviana (2014) menyebutkan bahwa dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi diharapkan dapat menurunkan niat perusahaan untuk tindakan agresivitas pajak. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu H2: Manajemen Laba memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Agresivitas Pajak

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif untuk mengetahui hubungan dari *Corporate Social Responsibility* pada agresivitas pajak dengan manajemen laba sebagai pemoderasi. Perusahaan yang diteliti adalah sektor manufaktur pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019. Alasan pemilihan sektor ini karena memiliki jumlah perusahaan terbanyak dibandingkan dengan sektor yang lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian ini terdiri dari variabel terikat yaitu agresivitas pajak (Y) dengan proksinya yaitu *Effective Tax Rate* (ETR). Variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* ( $X_1$ ) yang diukur dengan menggunakan acuan pada indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). Variabel pemoderasi yaitu manajemen laba ( $X_2$ ) yang dihitung dengan perhitungan *discretionary accruals*.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 58 perusahaan manufaktur pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 hingga 2019. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 28 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel. Data penelitian diperoleh dari *annual report* perusahaan manufaktur melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan beberapa website resmi perusahaan yang bersangkutan. Data penelitian yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA). Model persamaan MRA yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

Y = Agresivitas Pajak

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = *Corporate Social Responsibility*

X<sub>2</sub> = Manajemen Laba

X<sub>1</sub>X<sub>2</sub> = Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan manajemen laba

e = *error term* (residual)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.**  
**Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Agresivitas Pajak	84	0,24253	0,60880	0,3435946	0,06511947
Manajemen Laba	84	-0,15236	0,60327	0,0025285	0,09717144
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	84	0,02198	0,48352	0,2454212	0,12437717
Valid N (listwise)	84				

Sumber: Data Diolah, 2022

Nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,245 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,124 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang diteliti sudah merata. Nilai minimum sebesar 0,021, sementara nilai maksimum sebesar 0,483. Nilai rata-rata Agresivitas Pajak sebesar 0,343 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,065 nilai ini lebih rendah dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data Agresivitas Pajak pada perusahaan yang diteliti sudah merata. Nilai minimum sebesar 0,242, sementara nilai maksimum sebesar 0,608. Nilai rata-rata Manajemen Laba sebesar 0,002 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,097 dimana nilai ini lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata yang menunjukkan bahwa sebaran data Manajemen Laba pada perusahaan yang diteliti tidak merata. Nilai minimum sebesar -0,152, sementara nilai maksimum sebesar 0,603.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		<i>Unstandardized Residual</i>
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,05681632
Most Extreme Differences	Absolute	0,124
	Positive	0,124
	Negative	-0,048
Kolmogorov-Smirnov Z		1,134
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,152

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil uji normalitas diperoleh nilai *Test Statistic Kolmogorov Smirnov* (K-S) sebesar 1,134, sedangkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,152 > *alpha* 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Corporate Social Responsibility (X1)	1,000	1,000	Bebas multikolinieritas
Manajemen Laba (X2)	1,000	1,000	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data Diolah, 2022

Nilai *tolerance* setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai VIF kurang dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,848 <sup>a</sup>	0,720	0,709	0,03511094	1,854

Sumber: Data Diolah, 2022

Nilai DW 1,854 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6693 dan kurang dari (4-du) 4-1, 6693 = 2,3307, maka dapat disimpulkan bahwa data telah lolos uji autokorelasi.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	0,109	0,016		6,879	0,000
CSR	-0,060	0,134	-0,118	-0,447	0,656
Manajemen Laba	-0,038	0,098	-0,058	-0,385	0,702
Interaksi X1.X2	-0,040	0,295	-0,038	-0,135	0,893

Sumber: Data Diolah, 2022

Seluruh variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap *absolute residual*. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Moderasi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	0,313	0,009		35,626	0,000
CSR	-0,560	0,074	-1,069	-7,583	0,000
DAC	0,591	0,054	0,882	10,930	0,000
X1.X2	1,910	0,163	1,782	11,719	0,000
Adj. R Square	0,709				
F hitung	68,502				
F sig	0,000				

a. Dependent Variable: ETR

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 68,502 dengan signifikansi P value 0,000 < 0,05, ini berarti model yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak digunakan atau dengan kata

lain seluruh variabel independent mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena Agresivitas Pajak pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Didukung oleh nilai determinasi total (*Adjusted R Square*) sebesar 0,709 yang berarti sebesar 70,9 persen variasi Agresivitas Pajak dipengaruhi oleh variasi *Corporate Social Responsibility*, Manajemen Laba serta variabel interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Manajemen Laba sebesar 70,9 persen sedangkan sisanya sebesar 29,1 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Hasil analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,560 dengan nilai t hitung (-7,583) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini berarti perusahaan yang rendah tingkat pengungkapan CSR cenderung lebih agresif melakukan berbagai upaya agar dapat meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang agresif pajak akan mengungkapkan informasi tambahan yang berkaitan dengan kegiatan CSR sebagai upaya untuk meringankan perhatian publik dan mencari simpati dari masyarakat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanis (2013), Laguir (2015) dan Yunistiyani (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap sensitivitas agresivitas pajak. Hal ini berarti semakin besar perusahaan bertanggungjawab terhadap sosial maka semakin besar kemungkinannya untuk mencegah aktivitas agresivitas pajak.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa nilai variabel *Corporate Social Responsibility* negatif signifikan dan variabel interaksi *Corporate Social Responsibility* dengan Manajemen Laba positif signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tidak searah sehingga variabel Manajemen Laba merupakan variabel *moderating* yang memperlemah efek negatif pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa adanya perbedaan kepentingan dan kepemilikan informasi menyebabkan perusahaan dapat melakukan praktik manajemen laba. Sejalan dengan penelitian Muzakki (2015) bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut semakin tidak agresif terhadap pajak. Firdaus (2013) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa pengungkapan CSR dengan manajemen laba berpengaruh negatif. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, diharapkan perusahaan tersebut tidak melakukan tindakan agresivitas pajak karena dapat memperburuk citra perusahaan dan menurunkan dampak positif dari CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan (Purwanggono, 2015).

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan maka simpulan dari penelitian ini sebagai berikut. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Hal ini berarti perusahaan yang rendah tingkat pengungkapan CSR cenderung lebih agresif melakukan berbagai upaya agar dapat meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Manajemen laba merupakan variabel *moderating* yang memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti bahwa hubungan negatif CSR dengan agresivitas pajak akan diperlemah dengan adanya pengaruh positif manajemen laba, artinya semakin rendah tingkat pengungkapan CSR, kemudian diperlemah dengan adanya tingkat manajemen laba yang semakin tinggi maka akan menyebabkan tindakan agresivitas pajak semakin menurun.

Saran yang dapat disampaikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur dimasa mendatang yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu ditingkatkan karena akan memiliki dampak signifikan yang mengurangi

tindakan agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian, misalnya dengan meneliti seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, periode waktu penelitian selanjutnya dapat diperpanjang misalnya lima tahun atau lebih, sehingga dapat dilakukan analisis yang lebih objektif.

## REFERENSI

- Aditama, Ahmad. (2015). "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, Corporate Governance, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kualitas Audit, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak".
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). "Are Firms More Tax Aggressive Than Non-Family Firms?" . *Journal of Financial Economics*, 95, 41–61.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Firdaus, I. (2013). Pengaruh Asimetri Informasi dan Capital Adequacy Ratio terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- K.A. Kim, J.R. Nofsinger, & D.J. Mohr. (2010). "Corporate Governance". (3rd, Ed.). Pearson (KNM).
- Lanis, Roman., & Richardson, G. (2013). "Corporate Social Responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Marlina, Tina. S. (2013). "Pengaruh Manajemen Laba Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan", 1–22.
- Muzakki, Muadz. R. (2015). "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak".
- Octaviana, Natasya. E. (2014). "Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi".
- Pradipta, Dyah. H., & Supriyadi. (2016). "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak".
- Purwanggono, Erlang. A. (2015). "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak".
- Putri, Lucy. T. Y. (2014). "Pengaruh Likuiditas, Manajemen Laba Dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan". *Jurnal Akuntansi Universitas Negari Padang Vol.2, No.1*.
- Septiawan, K., Ahmar, N., & Darminto, D. P. (2021). *Agresivitas Pajak Perusahaan Publik Di Indonesia & Refleksi Perilaku Oportunis Melalui Manajemen Laba*. Penerbit NEM.
- Siregar, Bagja. (2014, September 5). Kasus Manipulasi Pajak, Dari Bakrie Hingga BCA. *Kompasiana.com*. <http://hukum.kompasiana.com/2014/09/05/kasusmanipulasi-pajak-dari-bakrie-hingga-bca-672777%0A.html>.
- Utami, M. (2017). *Pengaruh Kepemilikan Keluarga Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Utari, I. A., dan Rohman, A., 2014. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013), Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Yunistiyani, Vina., & Tahar, Afrizal. (2016). "Analisis Hubungan Corporate Sosial Responsibility Dan Agresivitas Pajak Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi"