

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor yang mendominasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Banyaknya jumlah perusahaan dalam sektor ini menunjukkan bahwa industri manufaktur memiliki peranan penting dalam aktivitas ekonomi dan pasar modal di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, perubahan pola konsumsi masyarakat serta meningkatnya persaingan bisnis perusahaan manufaktur dituntut untuk terus meningkatkan kinerja dan mempertahankan stabilitas usahanya.¹ Sejak diberlakukannya *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) oleh Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021 perusahaan manufaktur tidak lagi dikelompokkan dalam satu sektor tersendiri seperti pada klasifikasi sebelumnya. Perusahaan manufaktur kemudian diklasifikasikan kembali berdasarkan karakteristik kegiatan usahanya dan tersebar ke dalam beberapa sektor yaitu *Industrials*, *Consumer Non-Cyclicals*, *Consumer Cyclicals*, dan *Healthcare*.²

Sektor *Consumer Non-Cyclicals* diproyeksikan menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan industri manufaktur sekaligus perekonomian di masa depan. Perusahaan yang beroperasi di bidang barang konsumsi primer memiliki peran krusial sebagai penyedia kebutuhan dasar masyarakat. Oleh karena itu, permintaan terhadap produk maupun jasa yang mereka tawarkan cenderung konsisten dan relatif tidak banyak terpengaruh oleh

¹ Rizka Nur Azizah, I Gusti Ngurah Bagus Gunadi, and Agus Wahyudi Salasa Gama, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023," *Jurnal Emas* 6 (2025): 1–16, <https://doi.org/10.36733/emas.v6i1.11251>.

² "Indeks Saham," Bursa Efek Indonesia, 2025, <https://www.idx.co.id/id/produk/indeks>.

perubahan kondisi ekonomi.³ Kondisi tersebut turut meningkatkan daya tarik sektor ini di pasar modal. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat daya tarik suatu sektor adalah kapitalisasi pasar (*market cap*). Kapitalisasi pasar merupakan nilai pasar dari saham yang diterbitkan oleh perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar yang besar menjadi salah satu pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi karena mencerminkan ukuran perusahaan, potensi pertumbuhan, serta tingkat risiko yang relatif lebih rendah.⁴

Tabel 1. 1 Perbandingan Kapitalisasi Pasar (*Market Cap*) Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024 (Rp Juta)

Tahun	<i>Industrials</i>	<i>Consumer Non-Cyclicals</i>	<i>Consumer Cyclicals</i>	<i>Healthcare</i>
2021	386.726.966	1.039.514.442	377.784.179	255.271.168
2022	414.317.526	1.152.830.444	355.620.976	296.498.515
2023	391.055.743	1.182.811.564	406.470.392	258.547.155
2024	373.504.315	1.038.639.799	501.010.933	278.311.399

Sumber: *idx.id* (Data diolah peneliti)

Berdasarkan Tabel 1.1 sektor *Consumer Non-Cyclicals* memiliki kapitalisasi pasar tertinggi dibandingkan sektor manufaktur lainnya selama periode 2021–2024. Nilai kapitalisasi pasar sektor ini mencapai lebih dari Rp1.000 triliun setiap tahunnya, bahkan mencapai puncaknya sebesar Rp1.182.811.564 pada tahun 2023. Sementara itu, kapitalisasi pasar sektor *Industrials*, *Consumer Cyclicals*, dan *Healthcare* berada jauh di bawah sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Tingginya kapitalisasi pasar tersebut menunjukkan bahwa sektor *Consumer Non-Cyclicals* memiliki nilai pasar yang besar serta

³ Rina Muzrina and Anisa Anisa, “Financial Performance and Managerial Ownership on Financial Distress: Evidence from Indonesian Consumer Non-Cyclicals Sector,” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 8, no. 1 (2025): 144–54, <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i1.1020>.

⁴ Joanna Yutanesy and Rousilita Suhendah, “Perubahan Harga , Volume Saham , Dan Kapitalisasi Pasar Selama COVID-19 Pada Sektor Keuangan,” *Jurnal Ekonomi* 27, no. 03 (2022): 159–81, <https://doi.org/10.24912/je.v27i03.871>.

memperoleh tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi dibandingkan sektor lainnya. Kondisi ini mencerminkan kuatnya prospek bisnis perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kebutuhan pokok masyarakat.

Berdasarkan klasifikasi Bursa Efek Indonesia melalui *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) sektor *Consumer Non-Cyclicals* mencakup perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa kebutuhan primer seperti ritel barang primer (*food and staples retailing*), makanan dan minuman (*food and beverage*), rokok (*tobacco*), produk rumah tangga tidak tahan lama (*nondurable household products*).⁵

Industri *food & beverage* adalah salah satu sektor yang mengalami perkembangan paling pesat di tingkat global. Laju pertumbuhannya sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk di dunia. Hal ini tidaklah mengherankan sebab industri yang berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari ini mampu bertahan dalam berbagai situasi ekonomi.⁶ Di Indonesia pertambahan jumlah penduduk turut mendorong industri *food & beverage* untuk terus mengalami pertumbuhan. Selain hal itu, perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia yang cenderung beralih ke makanan instan juga menjadi faktor yang memperkuat perkembangan industri ini.⁷

⁵ “Daftar Saham,” Bursa Efek Indonesia, 2025, <https://www.idx.id/id>.

⁶ Murviana Koto and Rashid Ridho, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia,” *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)* 6681, no. 2 (2019): 349–55, <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.53>.

⁷ Koto and Ridho, 349.

**Tabel 1. 2 Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) SubSektor
Consumer Non-Cyclicals Tahun 2021-2024 (Dalam %)**

Tahun	<i>Food & Beverage</i>	<i>Tobacco</i>	<i>Nondurable Household Products</i>	<i>Food & Staples Retailing</i>
2021	2,54	-1,32	0,89	3,52
2022	4,90	-2,34	-2,00	8,21
2023	4,47	4,80	4,11	9,26
2024	5,90	3,49	-0,60	8,42

Sumber: *bps.go.id* (Data diolah peneliti)

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa peningkatan angka PDB industri *food and beverage* pada tahun 2021–2024 menunjukkan tren yang relatif stabil dan cenderung meningkat, yaitu dari 2,54% pada tahun 2021 menjadi 5,90% pada tahun 2024, meskipun pada tahun 2023 sempat mengalami sedikit penurunan menjadi 4,47%. Jika dibandingkan dengan subsector lain, industri *food and beverage* memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih konsisten, karena tidak pernah pertumbuhan negatif. Berbeda dengan industri *tobacco* yang mengalami penurunan pada tahun 2021 dan 2022, serta *non-durable household products* yang cenderung fluktuatif bahkan kembali mengalami penurunan pada tahun 2024. Pertumbuhan industri *food and beverage* yang relatif stabil tidak hanya terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga tercermin pada kinerjanya di pasar modal. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat nilai dan daya tarik suatu subsektor di mata investor adalah kapitalisasi pasar (*market capitalization*).

Tabel 1. 3 Perbandingan Kapitalisasi Pasar (*Market Cap*) Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024 (Rp Juta)

Tahun	<i>Food & Beverage</i>	<i>Tobacco</i>	<i>Nondurable Household Products</i>	<i>Food & Staples Retailing</i>
2021	596.396.525	183.419.288	170.974.261	88.724.369
2022	670.304.358	145.048.905	192.139.734	145.337.447
2023	716.269.664	158.360.007	146.961.890	161.220.003
2024	695.619.242	101.107.457	84.766.965	157.146.136

Sumber: *idx.id* (Data diolah peneliti)

Berdasarkan Tabel 1.3 subsektor *Food & Beverage* memiliki nilai kapitalisasi pasar tertinggi dibandingkan subsektor *Consumer Non-Cyclicals* lainnya selama periode 2021–2024. Nilai kapitalisasi pasar subsektor ini meningkat dari Rp596.396.525 juta pada tahun 2021 menjadi Rp716.269.664 juta pada tahun 2023, sebelum mengalami sedikit penurunan menjadi Rp695.619.242 juta pada tahun 2024. Meskipun mengalami penurunan pada tahun terakhir, nilai tersebut tetap jauh lebih tinggi dibandingkan subsektor *Tobacco*, *Nondurable Household Products*, maupun *Food & Staples Retailing*. Tingginya kapitalisasi pasar subsektor *Food & Beverage* menunjukkan bahwa subsektor ini memiliki nilai pasar yang besar dan memperoleh tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi dibandingkan subsektor *Consumer Non-Cyclicals* lainnya.

Pajak merupakan suatu kontribusi yang harus dibayar oleh perorangan atau perusahaan kepada pemerintah sesuai peraturan hukum yang berlaku. Pembayaran tersebut bersifat wajib tanpa adanya balasan secara langsung, dan hasilnya nanti dipergunakan untuk kepentingan negara guna menyejahterakan

masyarakat.⁸ Pendapatan yang berasal dari sektor perpajakan merupakan salah satu unsur dalam penerimaan negara, yang meliputi pajak domestik maupun pajak dari aktivitas perdagangan internasional termasuk di dalamnya penerimaan dari bea cukai dan cukai.⁹ Di antara berbagai jenis penerimaan perpajakan tersebut pajak penghasilan merupakan salah satu komponen yang memberikan kontribusi terbesar terhadap penerimaan negara dibandingkan jenis pajak lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pajak penghasilan memiliki peranan strategis dalam menopang pendapatan negara dan mencerminkan tingkat aktivitas ekonomi masyarakat maupun badan usaha.¹⁰ Berikut disajikan data penerimaan Pajak Penghasilan di Indonesia tahun 2021–2024 sebagai gambaran kontribusinya terhadap pendapatan negara.

Tabel 1.2 Kontribusi Pajak Penghasilan Badan terhadap Pendapatan Negara Indonesia Tahun 2021–2024

Tahun	Pajak Penghasilan BADAN (Dalam Rp Miliar)	Total Pendapatan Negara (Dalam Rp) Miliar	Kontribusi Pajak Penghasilan (%)
2021	696.676,60	2.011.347,10	34,64
2022	998.213,80	2.635.843,10	37,87
2023	1.061.234,00	2.783.930,00	38,12
2024	1.139.783,70	2.802.293,50	40,67

Sumber: *bps.go.id* (Data diolah peneliti)

Berdasarkan Tabel 1.2, kontribusi Pajak Penghasilan terhadap pendapatan negara di Indonesia menunjukkan tren meningkat selama periode 2021–2024. Pada tahun 2021 kontribusi Pajak Penghasilan tercatat sebesar 34,64% dari total

⁸ Fahmi Lesmana et al., “Literature Review: Analisis Faktor Penyebab Ketidakpatuhan Wajib Pajak Masyarakat Di Indonesia Dalam Membayar Pajak,” *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa* 07, no. 01 (2022): 33–42, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRA>.

⁹ Nurul Fina Farhana and Arief Budi Wardana, “Pengaruh Perubahan Rezim Perpajakan Atas Beban Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan UMKM,” *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara* 4, no. 1 (2022): 48–60.

¹⁰ Santy Fitnawati Wn et al., “Analisis Hukum Berbagai Jenis Pajak Dalam Kontribusi Terhadap Penerimaan Negara,” *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 4, no. 1 (2026): 165–69, <https://doi.org/10.53935/jim.v4.i1.92>.

pendapatan negara. Nilai tersebut kemudian meningkat menjadi 37,87% pada tahun 2022, 38,12% pada tahun 2023, dan mencapai 40,67% pada tahun 2024. Kenaikan ini menunjukkan bahwa pajak penghasilan memiliki peran yang semakin besar dalam struktur penerimaan negara dan menjadi salah satu sumber utama pembiayaan pemerintah.

Pemerintah dan perusahaan memandang pajak melalui sudut pandang yang berbeda. Bagi pemerintah, pajak menjadi sumber pendapatan penting yang harus dimaksimalkan untuk mendukung pembiayaan negara. Sedangkan dari perspektif perusahaan pajak dipandang sebagai biaya yang perlu ditekan guna mengoptimalkan perolehan laba.¹¹ Anggapan bahwa pajak merupakan biaya tersebut membuat perusahaan terdorong untuk merencanakan pajaknya. Perencanaan pajak melibatkan strategi pengaturan kewajiban pajak untuk menekan pajak yang harus dibayarkan dengan tetap mematuhi peraturan yang ada. Jika perusahaan semakin giat dalam mengelola kewajiban pajaknya, tindakan ini dikenal sebagai agresivitas pajak.¹²

Agresivitas pajak merujuk pada berbagai strategi yang ditempuh perusahaan untuk mengurangi nilai penghasilan yang menjadi objek pajak melalui praktik perencanaan pajak. Pendekatan ini dapat dilakukan dalam bentuk penghindaran pajak yang masih sesuai ketentuan (*tax avoidance*) maupun tindakan pelanggaran yang bersifat ilegal (*tax evasion*).¹³ Agresivitas pajak dipahami

¹¹ Ulfa Rahayu and Andi Kartika, "Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak," *Jurnal Maneksi* 10, no. 1 (2021): 25–33, <https://doi.org/10.31959/jm.v10i1.635>.

¹² Kevin Septiawan, Nurmala Ahmar, and Dwi Prastowo Darminto, *Agresivitas Pajak Perusahaan Publik Di Indonesia & Refleksi Perilaku Oportunis Melalui Manajemen Laba* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 3–4.

¹³ Bani Alkausar, Mienati Somya Lasmana, and Prinintha Nanda Soemarsono, "Tax Aggressiveness: A Meta Analysis in Agency Theory Perspective," *TIJAB (The International Journal of Applied Business)* 4, no. 1 (2020): 52, <https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i1.2020.52-62>.

sebagai langkah yang umum ditempuh oleh manajemen perusahaan untuk mengurangi besaran kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Terdapat beberapa indikator yang umum digunakan untuk mengukur tingkat beban pajak perusahaan. Salah satunya adalah *Effective Tax Rate* (ETR), yaitu indikator yang menunjukkan besarnya beban pajak yang harus dibayar perusahaan berdasarkan pendapatan kena pajak.¹⁴ Selain itu, terdapat *Cash Effective Tax Rate* (CETR) yang menggambarkan perbandingan antara jumlah kas yang benar-benar dibayarkan untuk pajak dengan laba sebelum pajak, sehingga rasio ini dapat memberikan gambaran mengenai tarif pajak aktual yang ditanggung perusahaan.¹⁵ Indikator lainnya adalah *Book-Tax Difference* (BTD), yaitu selisih antara laba menurut laporan akuntansi dan laba menurut ketentuan fiskal yang timbul akibat adanya perbedaan waktu pengakuan (temporer).¹⁶

Tingkat agresivitas pajak perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi CETR. Ukuran ini dinilai lebih tepat untuk melihat bagaimana perusahaan merencanakan dan menjalankan strategi pajaknya, sekaligus membantu mendeteksi kemungkinan praktik penghindaran pajak. Karena perhitungannya berdasarkan laporan arus kas sehingga CETR mampu memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai besarnya pajak yang benar-benar dikeluarkan oleh perusahaan.¹⁷

¹⁴ Damayanti, "Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Di Indonesia Yang Terdaftar Di BEI Melalui Analisis Effective Tax Rate Perusahaan," *Akrual: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Kontemporer* 15, no. 1 (2022): 1–11, <https://journal.unhas.ac.id/index.php/akrual/>.

¹⁵ Denya Saputri and Cahyadi Husadha, "Pengaruh Perencanaan Pajak Beban Pajak Tangguhan Cash Effective Tax Rate Terhadap Persistensi Laba Perusahaan" 2, no. 8 (2024): 129–35, <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/index>.

¹⁶ M Khoiru Rusydi and Chaerul D Djakman, "Books-Tax Differences," 2016, 101–9.

¹⁷ Saputri and Husadha, "Pengaruh Perencanaan Pajak Beban Pajak Tangguhan Cash Effective Tax Rate Terhadap Persistensi Laba Perusahaan."

CETR merupakan ukuran tarif pajak efektif yang dihitung dari membandingkan beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak. Semakin rendah angka CETR, maka menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam merencanakan pajaknya sebab perusahaan mampu menekan pajak total yang harus dikeluarkan. CETR digunakan untuk menilai kewajiban pajak pada wajib pajak badan. Wajib pajak badan sendiri adalah kelompok orang atau kumpulan modal yang diperlakukan sebagai satu kesatuan, baik dalam menjalankan kegiatan usaha ataupun aktivitas lain di luar usaha.¹⁸

Terdapat sejumlah faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat agresivitas pajak pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Faktor-faktor tersebut antara lain pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal (*capital intensity*), tingkat leverage, serta profitabilitas perusahaan.¹⁹

CSR mencerminkan komitmen perusahaan dalam melaksanakan praktik bisnis dengan menjunjung nilai-nilai etika, menjalankan aktivitas usaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku, sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan.²⁰ Kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan pelaksanaan CSR telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Pada Pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa setiap perusahaan yang terlibat dalam kegiatan usaha yang

¹⁸ Eva Musyarrofah and Lailatul Amanah, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Dan Size Terhadap Effective Tax Rate," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 6, no. 9 (2017): 1–16, <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1593/1608>.

¹⁹ Mondra Neldi et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur," *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 454–59, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.453>.

²⁰ Gina Bunga Nayenggita, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, "Praktik Corporate Social Responsibility Di Indonesia," *Jurnal Pekerja Sosial* 2, no. 1 (2019): 43, <https://doi.org/10.28918/jupe.v14i1.813>.

berhubungan dengan pemanfaatan sumber daya alam harus memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya.²¹

Sebagai perusahaan yang memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) dalam kegiatan operasionalnya, sektor *food & beverage* juga mempunyai kewajiban untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Pengungkapan CSR dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, sebab hal ini memperlihatkan kontribusi perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan, sekaligus menegaskan bahwasanya perusahaan tidak hanya berfokus pada memanfaatkan sumber daya semata.²² Sejumlah perusahaan berupaya mengoptimalkan peran CSR dengan menjadikannya sebagai bagian dari strategi *brand building* serta sarana peningkatan *corporate image*.²³ Melalui pengungkapan CSR perusahaan berupaya membangun persepsi yang baik di mata masyarakat dengan menonjolkan perannya dalam mendukung kesejahteraan sosial.²⁴

Penelitian ini menggunakan acuan GRI-Standar 2021 yang diterbitkan oleh *The Global Reporting Initiative* (GRI) untuk menilai sejauh mana pengungkapan CSR pada perusahaan. Di Indonesia, penggunaan GRI juga diperkuat oleh ketentuan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Peraturan Nomor

²¹ Robert Jao dan Anthony Holly, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak”, *Accounting, Accountability and Organization System (AAOS) Journal*, (2022): 15.

²² Dwi Ratmono and Winarti Monika Sagala, “Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak,” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 2 (2016): 16–30, <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.7997>.

²³ Sri Anugrah Natalina, “Konsep Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan KinerjaPerusahaan Di Indonesia Dan Negara Berkembang Di Benua Asia,” *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 1, no. 1 (2022): 211–27, <https://doi.org/https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>.

²⁴ Ratmono and Sagala, “Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak.”

51/POJK.02/2017 yang mewajibkan perusahaan khususnya untuk menyusun laporan keberlanjutan dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.²⁵ Pengukuran CSR dilakukan dengan mengidentifikasi indikator-indikator yang terdapat dalam standar GRI, kemudian mencocokkannya dengan informasi yang diungkapkan dalam laporan keberlanjutan perusahaan. Setiap item yang diungkapkan diberi skor 1, sedangkan yang tidak diungkapkan diberi skor 0, sehingga menghasilkan indeks pengungkapan CSR.²⁶

Pemilihan indeks GRI dalam penelitian ini didasarkan pada keunggulannya dibandingkan metode lain sebab GRI menyediakan indikator yang lebih rinci dan komprehensif mencakup aspek ekonomi, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, sosial, hingga tanggung jawab produk. Selain itu, penggunaan indeks GRI telah banyak diterapkan dalam penelitian di Indonesia serta dianggap sebagai standar pelaporan CSR yang paling luas digunakan sehingga memungkinkan perbandingan antar penelitian menjadi lebih konsisten.²⁷ Dibandingkan dengan indeks lain seperti *Islamic Social Reporting* (ISR) meskipun ISR lebih menekankan aspek nilai-nilai syariah namun GRI memiliki cakupan indikator yang lebih detail dan terstruktur dalam mengukur pengungkapan CSR secara umum.²⁸ Sementara itu, pendekatan berbasis ISO 26000 hanya berfungsi sebagai pedoman prinsip tanggung jawab sosial tanpa

²⁵ Dinar Limarwati, Yola Sri Ratna Alfiyanti, and Amrie Firmansyah, "Laporan Keberlanjutan: Manfaat Dan Perkembangan Standar," *Jurnalku* 4 N0. 1, no. 1 (2024): 101–12, <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v4i1.635>.

²⁶ Dinar Limarwati, Yola Sri Ratna Alfiyanti, and Amrie Firmansyah.

²⁷ Mutmainah Juniawati, "Pengukuran Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bank Syariah Di Indonesia," *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah* 01, no. 40 (2018): 153–78, <https://doi.org/10.32332/finansia.v1i2.1392>.

²⁸ Rina Trisnawati, "Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia," *Jurnal Akuntan Dan Auditing Indonesia* 16, no. 2 (2022): 103–21, <https://journal.uui.ac.id/>.

menyediakan ukuran kuantitatif yang baku sehingga kurang sesuai digunakan dalam penelitian yang memerlukan pengukuran berbasis indeks.²⁹

Agresivitas pajak tidak hanya dipengaruhi oleh penerapan *corporate social responsibility*, melainkan juga dipengaruhi dengan tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kapasitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan guna menunjang kelangsungan aktivitas operasional. Umumnya, tingkat profitabilitas diukur dengan membandingkan laba yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan sumber daya ataupun aset (*operating assets*) yang dipergunakan untuk dapat menghasilkan laba tersebut.³⁰

Tingkat profitabilitas perusahaan dapat dinilai melalui beberapa rasio keuangan utama, seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). ROA digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimilikinya. Sementara itu, ROE menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham dengan membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total ekuitas. Adapun NPM mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak dari setiap penjualan yang diperoleh.³¹

Penelitian ini menilai tingkat profitabilitas perusahaan dengan menggunakan indikator ROA sebagai proksinya. Pemilihan ROA sebagai

²⁹ Alqibran Syach and Farid Fajrin, “Studi Literatur: Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis International Standard Organisation (ISO) 26000 Dalam Upaya Meningkatkan Nilai Perusahaan,” *Study of Scientific and Behavioral Management* 3, no. 4 (2022): 10–20, <https://doi.org/10.24252/ssbm.v3i4.34246>.

³⁰ Lodang Prananta Widya Sasana et al., “Pengaruh Capital Intensity Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi,” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 1 (2022): 78–94, <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6524>.

³¹ Inka Nabela Nabela, Yun Fitriano, and Nenden Restu Hidayah, “Pengaruh Net Profit Margin (NPM) Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan PT. Astra International TBK Tahun 2017-2021,” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 2 (2023): 1153–68, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.3889>.

ukuran profitabilitas dinilai mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif sebab dapat mengevaluasi efektivitas keputusan yang diambil oleh setiap divisi, mengukur tingkat keuntungan dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan, serta menjadi dasar dalam pengendalian internal dan penyusunan perencanaan strategis perusahaan.³²

ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan aktivitas operasionalnya dengan optimal, begitu pula sebaliknya nilai yang rendah mencerminkan penurunan efektivitas kinerja perusahaan. Kinerja keuangan yang baik umumnya menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola laba secara efisien. Namun demikian, peningkatan laba juga berimplikasi pada naiknya beban pajak yang harus dibayarkan. Situasi tersebut dapat mendorong perusahaan untuk mencari berbagai strategi guna menekan beban pajak yang harus ditanggung, sehingga berpotensi memengaruhi indikasi perusahaan dalam menerapkan praktik agresif pajak.³³

Berdasarkan pandangan Imam Ghozali, teori legitimasi berakar pada konsep adanya *kontrak sosial* antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk memastikan bahwa seluruh kegiatannya sejalan dengan nilai, norma, serta aturan sosial yang berlaku sehingga keberadaannya tetap dapat diterima dan dianggap sah oleh lingkungan eksternal.³⁴ Sejalan dengan teori tersebut perusahaan yang melakukan praktik agresivitas pajak

³² Rendi Wijaya, "Analisis Perkembangan Return On Assets (Roa) Dan Return On Equity (Roe) Untuk Mengukur Kinerja Keuangan," *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 1 (2019), http://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen.

³³ Retno Anggraeny Agustin, Hedi Pandowo, and Dian Kusumaningrum, "Pengaruh Return On Asset (Roa), Leverage, Intensitas Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak," *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan* 1, no. 4 (2024): 15–29, <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i4.359>.

³⁴ Imam Ghozali, 25 *Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis* (Semarang: Yoga Pratama, 2020), 141.

sering kali berupaya mempertahankan legitimasi sosialnya melalui peningkatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).³⁵ Pengungkapan CSR digunakan untuk membangun citra positif dan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan. Dengan demikian dapat disimpulkan tingginya pengungkapan CSR dapat menjadi upaya perusahaan untuk mengurangi perhatian publik terhadap praktik agresivitas pajak yang dilakukan.³⁶

Menurut Imam Ghozali, teori keagenan menggambarkan hubungan kerja sama antara prinsipal dan agen di mana prinsipal mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Agen diasumsikan bersikap rasional, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk bertindak oportunistik demi memenuhi kepentingan pribadinya. Perbedaan kepentingan, preferensi, serta informasi di antara keduanya seringkali memicu terjadinya konflik.³⁷ Dalam konteks perpajakan, konflik kepentingan tersebut dapat muncul ketika perusahaan memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, semakin besar pula kewajiban Pajak Penghasilan yang harus dibayarkan. Kondisi ini mendorong agen untuk berupaya memaksimalkan laba setelah pajak melalui berbagai strategi pengelolaan pajak, sehingga

³⁵ Kristanti Srika Anggria et al., “Analisis Hubungan Antara Corporate Social Responsibility (CSR), Tax Avoidance , Dan Tax Aggressiveness : Sebuah Literatur Review BAJ (Behavioral Accounting Journal),” *Behavior Accounting Journal* 8, no. 1 (2025): 43–64, <https://doi.org/10.33005/baj.v8i1.340>.

³⁶ Muhammad Alif Kurniawan, Mienati Somya Lasmana, and Santi Novita, “Corporate Social Responsibility Disclosure: Tax Aggressiveness Indication?,” *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan* 10, no. 2 (2020): 359–70, <https://doi.org/10.22219/jrak.v10i2.12496>.

³⁷ Ghozali, 25 *Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*, 88.

perusahaan berpotensi melakukan praktik agresivitas pajak guna menekan beban pajak yang harus ditanggung.³⁸

Tabel 1. 4 Rata-rata nilai CSR, ROA, dan CETR pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals SubSektor Food & Beverage periode 2021-2024

Tahun	CSR (X ₁)	ROA (X ₂)	CETR (Y)	Keterangan
2021	0,45	0,07	0,26	Tahun awal penelitian
2022	0,57	0,08	0,24	CSR & ROA naik, CETR turun, sesuai teori
2023	0,65	0,06	0,37	CSR naik, CETR naik, tidak sesuai teori
2024	0,63	0,08	0,26	CSR turun, CETR turun, tidak sesuai teori

Sumber: *idx.id* (Data diolah peneliti)

Berdasarkan data pada tabel 1.3 tersebut terlihat bahwa tahun 2022 nilai CSR mengalami peningkatan dari yang awalnya 0,45 menjadi 0,57 sementara ROA juga mengalami peningkatan dari 0,07 menjadi 0,08 namun nilai CETR justru menurun dari 0,26 menjadi 0,24. Penurunan angka CETR ini mencerminkan bahwa perusahaan menjadi lebih agresif dalam melakukan pembayaran pajak (*tax aggressiveness* meningkat). Kondisi ini sejalan dengan teori legitimasi maupun teori keagenan di mana peningkatan aktivitas CSR dan profitabilitas diikuti dengan peningkatan kecenderungan perusahaan untuk melakukan tindakan agresif pajak.

Pada tahun 2023 CSR kembali meningkat dari angka 0,57 menjadi 0,65. Di sisi lain CETR juga mengalami peningkatan dari 0,24 menjadi 0,37 yang menunjukkan bahwa tingkat agresivitas pajak mengalami penurunan. Hal

³⁸ Setia Putri and Agus Sihono, "Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Aset Tetap, Leverage, Komisaris Independen, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. September (2025): 215–32, <https://doi.org/jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11654>.

tersebut tidak sesuai dengan teori legitimasi karena peningkatan pengungkapan CSR tidak diikuti dengan peningkatan agresivitas pajak. Pada tahun 2024 CSR mengalami penurunan dari angka 0,65 menjadi 0,63 tetapi CETR justru mengalami penurunan kembali dari angka 0,37 menjadi 0,26 yang menunjukkan meningkatnya agresivitas pajak. Kondisi ini juga tidak sesuai dengan teori legitimasi karena penurunan CSR tidak diikuti dengan penurunan agresivitas pajak.

Studi-studi sebelumnya telah mengungkapkan adanya variasi temuan mengenai dampak CSR terhadap agresivitas perpajakan. Riset yang dilakukan oleh Mollisa Aznira & Yuni Nustini menyimpulkan adanya pengaruh positif antara CSR terhadap agresivitas pajak.³⁹ Selanjutnya riset yang dilakukan oleh Hanik Lailatul Kuriah & Nur Fadjrih Asyik menunjukkan adanya pengaruh negative antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap agresivitas pajak.⁴⁰ Di sisi lain, penelitian dari Dwi Fionsari, Enni Savitri, & Andress mengungkapkan tidak adanya pengaruh signifikan antara penerapan CSR dengan tingkat agresivitas pajak.⁴¹

Sejumlah riset juga meneliti dampak profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Studi yang dilakukan oleh Dyah Aruning Puspita & Hendi Cahya Putra mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif antara profitabilitas dengan

³⁹ Mollisa Aznira and Yuni Nustini, "Corporate Social Responsibility , Leverage , Capital Intensity , Dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak : Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi," *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indo Esia* 8, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.20572>.

⁴⁰ Hanik Lailatul Kuriah and Nur Fadjrih Asyik, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5, no. 3 (2016): 1–19, <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1610>.

⁴¹ Dwi Fionasari, Enni Savitri, and Andreas, "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)" 12 (2017): 95–105, <https://doi.org/10.31258/sorot.12.2.4557>.

agresivitas pajak perusahaan.⁴² Namun tidak demikian dengan riset yang dilakukan Crissyen Ellysta yang mengungkapkan adanya pengaruh negative antara profitabilitas dengan agresivitas pajak.⁴³ Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Andika Pratama Putra & Yolanda Pratami menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.⁴⁴ Berangkat dari penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021–2024)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?
2. Bagaimana Profitabilitas Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?
3. Bagaimana Agresivitas Pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?

⁴² Dyah Aruning Puspita and Hendi Cahya Putra, “Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Agresivitas Pajak,” *Adbis: Jurnal Administrasi Bisnis* 15, no. 2 (2019): 71–81, <https://doi.org/10.33795/adbis.v15i2.1786>.

⁴³ Crissyen Deara Ellysta, “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek ASEAN,” *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi* 4, no. 4 (2024): 215–21, <https://doi.org/10.55587/jla.v4i4.134>.

⁴⁴ Andika Pratama Putra and Yolanda Pratami, “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak,” *Journal of Islamic Finance and Accounting Research* 3, no. 1 (2024): 1–18, <https://journal.uir.ac.id/index.php/jafar>.

4. Bagaimana pengaruh *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?
5. Bagaimana pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?
6. Bagaimana pengaruh *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas Perusahaan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024.
2. Untuk menganalisis Profitabilitas Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024.
3. Untuk menganalisis Agresivitas Pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024.

5. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024
6. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas Perusahaan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2024.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian diharapkan mampu memperluas pemahaman mengenai keterkaitan antara CSR, profitabilitas, dan agresivitas pajak. Temuan dalam penelitian juga diharapkan dapat memperkaya literatur di bidang akuntansi dan perpajakan serta menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi untuk Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam memperluas referensi ilmiah terkait topik CSR, profitabilitas, dan agresivitas pajak.

- b. Bagi Penulis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman terkait topik yang dikaji terutama mengenai pengaruh *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dan profitabilitas perusahaan serta memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang hubungan kedua variabel tersebut dengan praktik agresivitas pajak.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu perusahaan untuk mengurangi risiko kegagalan saat menilai kewajiban pajak. Selain itu, penelitian tersebut bertujuan untuk mendorong praktik bisnis yang sesuai dengan peraturan dan lebih berfokus pada keberlanjutan.

d. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang dan membuka peluang pengembangan studi melalui metode, objek, atau indikator penelitian yang lebih beragam.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Intan Astari Kusuma Wardani, Institut Agama Islam Negeri Kediri (2025). “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Subsektor Otomotif dan Komponen Periode 2021-2024”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024. Hasil riset mengindikasikan adanya pengaruh positif signifikan antara profitabilitas dengan agresivitas pajak, sedangkan untuk ukuran perusahaan diindikasikan tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Penelitian ini memiliki sejumlah perbedaan dibandingkan studi sebelumnya baik dari segi objek, variabel, maupun arah pembahasannya. Studi oleh Intan Astari

Kusuma Wardani lebih berfokus pada perusahaan di subsektor otomotif dan komponen dengan menggunakan variabel profitabilitas serta ukuran perusahaan sebagai faktor utama yang dianalisis. Berbeda dengan itu, penelitian ini mengambil objek perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* pada subsektor *Food and Beverage* selama periode 2021–2024, sekaligus memasukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel tambahan dalam analisis.

2. Penelitian oleh Zulia Hanum dan Jihan Faradila dalam jurnal *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2023). “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan *Food & Beverage* Yang Terdaftar Di BEI 2015-2019”.

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis sejauh mana *Corporate Social Responsibility* (CSR) memengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan-perusahaan di sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama rentang waktu 2015–2019. Hasil temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR memiliki dampak positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak di perusahaan tersebut. Perbedaan antara penelitian ini dengan riset yang dilakukan oleh Zulia Hanum & Jihan Faradila terletak pada periode yang diteliti dan variabel yang digunakan dalam penelitian. Riset yang dilakukan oleh Zulia Hanum dan Jihan Faradila menggunakan data tahun 2015–2019 dengan fokus tunggal pada variabel CSR, sedangkan penelitian ini menggunakan periode yang lebih baru, yaitu 2021–2024, serta menambahkan variabel profitabilitas sebagai faktor tambahan yang diuji pengaruhnya terhadap agresivitas pajak.

3. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu

Bara di BEI Tahun 2015-2018”, Penelitian oleh Khoyyimah, Martha Suhardiyah, Yuli Kumia Firdausia, *Jurnal of Sustainability Business Research*, 2021.

Studi tersebut bertujuan untuk melihat seberapa besar peran CSR dan profitabilitas dalam meningkatkan nilai perusahaan. Temuannya menunjukkan bahwa baik pelaksanaan CSR maupun tingkat profitabilitas memberikan dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan baik jika diuji secara terpisah maupun bersama-sama. Adapun perbedaan antara penelitian ini dan studi yang dilakukan oleh Khoyyimah dkk. dapat dilihat dari objek penelitian, variabel yang digunakan, serta rentang waktu pengamatan. Penelitian Khoyyimah dkk. mengambil objek perusahaan pertambangan, khususnya sub-sektor batu bara. Sementara itu penelitian ini akan berfokus pada perusahaan manufaktur di subsektor *Food & Beverage*. Selain itu, terdapat perbedaan pada variabel dependen. Penelitian sebelumnya menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel terikat sedangkan penelitian ini menjadikan agresivitas pajak sebagai variabel dependen. Dari sisi periode penelitian juga berbeda di mana penelitian ini menggunakan data yang lebih baru yaitu tahun 2021–2024, sehingga diharapkan dapat mencerminkan kondisi pasar dan kebijakan yang lebih aktual.

4. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2019”, Penelitian oleh Aprilia Damayanti, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Penelitian tersebut dilakukan untuk mengeksplorasi dampak CSR serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam konteks perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2017–2019. Hasil temuan mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang berarti pada nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas terbukti berpengaruh secara signifikan. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variabel *dependen* yang digunakan, objek penelitian, dan durasi waktunya. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Damayanti menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel *dependennya* sedangkan pada penelitian ini menggunakan agresivitas pajak untuk variabel *dependen* dalam penelitian. Fokus penelitian pada penelitian ini juga berbeda dimana penelitian ini akan berfokus pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* dengan periode pengamatan yang lebih baru, yaitu 2021–2024.

5. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018)”, Penelitian oleh Sephira Vernandia, Universitas Brawijaya, 2020.

Penelitian tersebut dilakukan untuk menelaah sejauh mana dampak CSR dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Temuan dalam penelitian memperlihatkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Namun disisi lain, profitabilitas ditemukan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sephira Vernandia terdapat pada beberapa aspek utama. Penelitian ini menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel *dependen* berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, variabel

profitabilitas turut ditambahkan sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Dari segi objek penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer khususnya subsektor *food & beverage* dengan periode pengamatan yang lebih baru yaitu tahun 2021 hingga 2024.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan awal yang membutuhkan pembuktian lebih lanjut, sehingga digunakan sebagai dasar untuk menguji apakah suatu teori benar atau tidak.⁴⁵ Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut.

1. H₀₁: Tidak terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.

H_{a1}: Terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.

2. H₀₂: Tidak terdapat pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.

H_{a2}: Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.

3. H₀₃: Tidak terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.

⁴⁵ Budi Gautama Siregar and Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021).

Ha₃: Terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* SubSektor *Food & Beverage* tahun 2021-2024.