

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang sedang gencar melakukan kegiatan pembangunan nasional dan infrastruktur. Manfaat dari kegiatan pembangunan nasional yang dilakukan pemerintah adalah untuk mensejahterakan kehidupan Masyarakat (**Stiawan & Sanulika, 2021**). Penerimaan pajak merupakan sumber penerimaan paling besar dibanding sektor penerimaan lain. Sumber pajak di Indonesia berasal dari wajib pajak orang pribadi maupun badan. Di Indonesia telah banyak perusahaan yang tergolong sebagai WP Badan dari berbagai macam sektor industri. Semakin besar penghasilan yang diperoleh berarti semakin besar beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Tingginya pajak terhutang yang harus dibayarkan perusahaan membuat perusahaan berusaha untuk meminimalkan beban pajak terhutang yang besar tersebut. Tujuan pemerintah untuk memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha untuk mengefisiensikan beban pajaknya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar. Maka tidak heran jika beragam fenomena berkenaan dengan pajak terjadi, salah satunya agresivitas pajak (**Sembiring, 2023**)

Menurut **Mawardiana (2023)**, agresivitas pajak merupakan upaya penghematan pajak baik secara legal maupun ilegal. Upaya penghematan pajak secara legal dilakukan dengan memanfaatkan celah dalam Peraturan Perundang-Undangan Perpajakan. Sementara upaya penghematan pajak secara ilegal dilakukan dengan melanggar peraturan perpajakan seperti manipulasi data pendapatan dan

biaya. Agresivitas pajak yaitu perencanaan pajak yang agresif dilakukan oleh semua perusahaan guna mengurangi pendapatan kena pajak. Perencanaan pajak dianggap negative karena melanggar peraturan perpajakan yang berdampak negative terhadap kelangsungan Perusahaan.

Agresivitas Pajak Perusahaan dinilai dari seberapa besar perusahaan tersebut mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah yang ada dalam peraturan perpajakan. Maka dengan begitu, perusahaan akan dianggap semakin agresif terhadap perpajakan. Berdasarkan penelitian (**Mawardiana, 2023**) mengemukakan bahwa Agresivitas pajak dapat diukur dengan skala Effective Tax Rate (ETR) dimana beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak. Rasio ini digunakan oleh beberapa penelitian diantaranya **Kumalasari & Wahyudin, (2020)**, (**Hidayat & Fitria, 2018**), (**Pratama & Larasati, 2021**).

Tabel 1.1 Agresivitas pajak tahun 2019-2023

No	Kode Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	AALI	0,631	0,389	0,290	0,262	0,274
2	ADES	0,239	0,191	0,213	0,214	0,214
3	BISI	0,242	0,245	0,202	0,187	0,188
4	BUDI	0,237	0,032	0,954	0,233	0,195
5	CAMP	0,229	0,225	0,207	0,212	0,207
6	CEKA	0,244	0,219	0,208	0,221	0,216
7	CLEO	0,241	0,213	0,214	0,214	0,214
8	CPIN	0,210	0,193	0,219	0,172	0,227
9	DLTA	0,229	0,250	0,220	0,218	0,205
10	DSNG	0,364	0,312	0,234	0,251	0,262
11	GOOD	0,249	0,279	0,221	0,226	0,232
12	ICBP	0,279	0,255	0,205	0,390	0,260
13	INDF	0,325	0,296	0,225	0,484	0,264

14	JPFA	0,268	0,272	0,237	0,274	0,250
15	KEJU	0,282	0,230	0,210	0,220	0,220

Berdasarkan hasil perhitungan nilai agresivitas pajak pada penelitian ini dengan menggunakan rumus ETR di 15 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 menunjukkan bahwa sebanyak 96% perusahaan terindikasi melakukan tindakan agresivitas pajak. Tindakan agresivitas pajak ini ditunjukkan dengan perolehan nilai ETR yang rata-rata kurang dari satu (<1). Menurut (**Mawardiana, 2023**) menyebutkan bahwa semakin kecil nilai ETR (1) nilai ETR maka agresivitas pajak semakin kecil. Hasil perhitungan tersebut juga mempertegas bahwa praktik agresivitas pajak ini memang masih umum dilakukan dibanyak perusahaan.

Perusahaan makanan dan minuman salah satu sektor perusahaan yang bergerak dibidang industri yang sangat berkembang. Perusahaan makanan dan minuman dipilih karena memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman ini juga merupakan salah satu sektor manufaktur yang memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan pajak di Indonesia. Namun, ada perusahaan dari sub sektor makanan dan minuman yang berupaya untuk melakukan praktik penghindaran pajak. Salah satu contoh perusahaan yang melakukan upaya untuk melakukan praktik penghindaran pajak adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2013. Praktik penggelapan dilaporkan bernilai Rp 1,3 miliar, kasus tersebut bermula ketika PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mendirikan perusahaan baru dan mengalihkan aset, kewajiban, dan operasional Divisi Noodle (Pabrik mie

instan) kepada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk 3 3 (ICBP), hal tersebut dapat dikatakan melakukan pemekaran usaha untuk menghindari pajak, namun dengan pemekaran usaha tersebut DJP tetap memberikan keputusan bahwa perusahaan harus tetap membayar pajak yang terhutang senilai 1,3 miliar (www.gresnews.com).

Agresivitas Pajak merupakan kegiatan tertentu yang meliputi transaksi, dimana tujuan utamanya untuk mengurangi kewajiban perpajakan perusahaan. Agresivitas pajak terdapat dua cara yaitu, pertama cara legal yang diperbolehkan oleh hukum yang berlaku disebut dengan legal tax avoidance, dan merupakan layanan sah yang diberikan oleh akuntan, serta kedua yaitu upaya membuat transaksi bertujuan mengurangi kewajiban perpajakan (**Ramdani & Yulianto, 2023**). Menurut (**Stiawan & Sanulika, 2021**) bahwa pajak merupakan salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan perusahaan. oleh karena itu, banyak perusahaan yang melakukan berbagai cara untuk meminimalkan pembayaran pajak. Tindakan manajerial dirancang hanya untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi hal yang umum dalam dunia perusahaan yang ada di seluruh dunia. Namun demikian, tindakan agresivitas pajak dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan bagi perusahaan. Menurut DJP dalam situs <https://money.kompas.com> menyatakan bahwa “Fenomena kasus agresivitas pajak perusahaan sering sekali terjadi salah satunya yaitu kasus PT Coca Cola Indonesia (CCI) yang diduga melakukan tindakan penghindaran pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayar pajak sebesar Rp 49,24 miliar. Hasil penelusuran yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal pajak (DJP) menemukan

bahwa adanya pembengkakan biaya yang mengakibatkan penghasilan kena pajak berkurang yang secara otomatis beban pajak PT Coca Cola Indonesia (CCI) juga akan mengecil.” (www.bisniskeuangan.kompas.com)

Adapun beberapa faktor-faktor yang mendorong suatu perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak seperti pada penelitian (**Mawardiana, 2023**) yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Peneliti mencoba melakukan pengujian terkait pengaruh ukuran Perusahaan, likuiditas dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan menambahkan efek pemoderasi yaitu Corporate Social Responsibility.

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu Perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan. Perusahaan yang besar cenderung memiliki aset yang besar. Semakin besar aset yang dimiliki Perusahaan, maka semakin besar Perusahaan itu. Setiap tahunnya, aset akan mengalami penyusutan dan amortisasi. Biaya penyusutan dan amortisasi ini akan mengurangi beban pajak yang dibayar oleh Perusahaan. Sehingga, Perusahaan tetap mendapat laba yang tinggi dan beban pajak yang rendah. Hal ini merupakan celah yang dimanfaatkan oleh Perusahaan untuk melakukan Agresivitas Pajak (**Mawardiana, 2023**) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (**Putri, Handayani, Djefris, 2018**). Menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (**Fahrani, Nurlaela, Chomsatu, 2018**) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (**Windaswari & Merkusiwati, 2018**) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, hal ini disebabkan karena perusahaan besar ataupun perusahaan kecil pasti akan selalu dikejar oleh fiskus apabila melanggar ketentuan perpajakan. Disamping itu, perusahaan besar akan menjadi sorotan serta mendapat perhatian pemerintah terkait laba bersih yang diperoleh, sehingga mereka sering menarik perhatian fiskus untuk dikenai pajak yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Oleh karena itu perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah dalam hal perpajakan. Maka perusahaan akan patuh terhadap pembayaran pajak demi menjaga reputasinya di mata publik maupun pemerintah.

Pajak merupakan salah satu bagian dari kewajiban jangka pendek perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban jangka pendeknya dapat dilihat dari rasio keuangannya, yaitu rasio likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya yang dibayar dengan menggunakan harta lancar perusahaan. Suatu Perusahaan memiliki suatu tingkat likuiditas yang makin besar jika jumlah aktiva-aktiva lancarnya jauh lebih besar dari pada jumlah hutang-hutang lancarnya yang harus segera dipenuhi. Dengan demikian, jika tingkat likuiditas perusahaan tinggi, maka perusahaan akan membayar pajaknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sebaliknya, jika tingkat likuiditas perusahaan rendah maka perusahaan akan tidak taat terhadap pajak guna mempertahankan arus kas perusahaan dari pada harus membayar pajak (**Stiawan & Sanulika, 2021**).

Berbagai penelitian mengenai pengaruh likuiditas pada agresivitas pajak telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan hasil yang berbeda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **(Nurjanah et al., 2018)** menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh **(Putra dan Suryani, 2018)** yang menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya **(Kamelia et al., 2023)**. Sebuah perusahaan dikatakan liquid apabila mempunyai harta lancar yang lebih besar dibandingkan utang lancarnya. Semakin tinggi rasio likuiditas maka akan semakin baik bagi perusahaan. Perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang rendah cenderung kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini tentunya tidak terlepas dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) sehingga mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Profitabilitas merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, Rasio ini juga dapat memberikan gambaran efektivitas manajemen dari suatu perusahaan. profitabilitas dianggap memengaruhi tindakan agresivitas pajak karena semakin tinggi laba yang dapat dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi beban pajak yang akan dibayarkan perusahaan. semakin tingginya profitabilitas perusahaan akan memengaruhi tindakan yang akan diambil oleh perusahaan terkait dengan beban pajak yang akan dibayarkan **(Stiawan & Sanulika, 2021)**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam periode tertentu. Profitabilitas dapat digambarkan dengan Return on Asset (ROA). ROA yang tinggi mencerminkan profitabilitas yang tinggi pula, dapat dikatakan semakin baik pula kinerja perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menunjukkan pendanaan dari investasi yang berhasil sehingga perusahaan mampu membayar utang yang berasal dari pendanaan investasi (leverage) (**Badjuri et al., 2021**).

Namun tidak semua penelitian yang dilakukan memiliki pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (**Hidayat & Fitria, 2018**). Menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (**Ayem dan Setyadi, 2019**). menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Dan penelitian (**Leksono et al., 2019**) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini menambahkan efek pemoderasi yaitu Corporate Social Responsibility dengan berdasar pada penjelasan teori legitimasi bahwa, perusahaan yang melakukan berbagai upaya yang termasuk dalam kategori agresivitas pajak dapat menyebabkan citra negatif di mata masyarakat, karena perusahaan sangat erat kaitanya dengan kontrak sosial dimana perusahaan berdiri di lingkungan masyarakat maka perusahaan harus memiliki reputasi yang baik agar dapat menjaga keberlangsungan hidup perusahaan (**Stiawan & Sanulika, 2021**). Menurut

(Kusmiyatun & Ramdhani, 2009) pemerintah Indonesia telah mewajibkan pengungkapan corporate social responsibility yang dilakukan perusahaan didalam 39 mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility). Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) merupakan Undang-Undang yang dikeluarkan pemerintah bagi perusahaan, khususnya Perseroan Terbatas (PT). Dalam Undang-undang tersebut terdapat 2 (dua) Pasal yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR), menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) atau yang saat ini dinamakan business action for sustainable development mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, sementara pada saat yang sama meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya demikian pula masyarakat lokal dan masyarakat luas. Penelitian yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) maka semakin rendah agresivitas yang dilakukan Perusahaan (Badjuri et al., 2021) dan CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak (Yuniartika, 2022). Sedangkan menurut hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian yang tidak konsisten tersebut dapat mendorong untuk

melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh variabel – variabel terhadap Agresivitas pajak (**Yuniartika, 2022**)

Corporate social responsibility dianggap sebagai faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Tingkat kesadaran perusahaan untuk menerapkan corporate social responsibility dalam operasinya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin perusahaan peduli terhadap pentingnya corporate social responsibility, maka perusahaan tersebut semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya. Menurut (**Amelia Kris Setianingrum Vioneta, 2020**) Perusahaan yang mempunyai peringkat yang rendah dalam corporate social responsibility dianggap sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab sehingga dapat melakukan strategi pajak yang lebih agresif dibandingkan perusahaan yang sadar sosial. Penelitian yang telah dilakukan oleh Malyarni, Yetti, dan Ernawati menunjukkan bahwa (**Novita Adiyani & Rananda Septananta, 2017**) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap corporate social responsibility dan pada penelitian yang dilakukan oleh (**Nurjanah et al., 2018**) menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.

Penelitian terdahulu menemukan beberapa faktor yang mampu mempengaruhi agresivitas pajak. Faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak adalah ukuran perusahaan, likuiditas dan profitabilitas. Terdapat hasil terkait pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak, seperti penelitian (**Stiawan & Sanulika, 2021**) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Terdapat hasil terkait pengaruh likuiditas

terhadap agresivitas pajak, seperti pada penelitian (**Malau, 2021**) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Terdapat hasil terkait pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak, seperti pada penelitian (**Badjuri et al., 2021**) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Pada corporate social responsibility terdapat hasil terkait agresivitas pajak seperti penelitian (**Tristiawan & Mila, 2024**) yang menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (**Kamelia et al., 2023**) dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Sosial Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019 – 2021)”. Perbedaan yang terdapat antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian ini mengganti variabel independen leverage yang terdapat di penelitian terdahulu dengan ukuran perusahaan, objek penelitian pada perusahaan sektor makanan dan minuman serta tahun objek penelitian yang berbeda, karena adanya perbedaan pada beberapa penelitian terdahulu, maka dilakukan penelitian ini dengan judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Praktik agresivitas pajak dapat menimbulkan upaya penghindaran pajak.
2. Banyaknya perusahaan sektor makana dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang ukurannya terbilang besar namun masih melakukan agresivitas pajak.
3. Likuiditas dapat dikatakan sebagai salah satu faktor untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban yang harus diselesaikan.
4. Profitabilitas menggambarkan kinerja suatu perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk meningkatkan laba perusahaan
5. Profitabilitas yang rendah membuat investor menjadi ragu untuk menanamkan modalnya ke perusahaan sektor makanan dan minuman.
6. Corporate social responsibility (CSR) adalah aspek penting yang menunjukkan tanggung jawab social perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.
7. Berdasarkan penemuan terdahulu didapat agresivitas pajak pada perusahaan di Indonesia masih kurang dan aturan yang belum maksimal.
8. Terdapat inkonsistensi pada penelitian terdahulu pada variabel ukuran perusahaan likuiditas dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak.

9. Berdasarkan telaah riset terdahulu, teridentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak yaitu ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan leverage.
10. Masih banyaknya perusahaan sektor makanan dan minuman di bursa efek Indonesia yang belum memahami bagaimana pengaruh Ukuran perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus tidak terlalu luas bagiannya, maka cakupan penelitian ini hanya meliputi:

1. Penelitian ini pada laporan tahunan perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Variabel independent yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X1), likuiditas (X2) dan profitabilitas (X3), variabel dependent yang diteliti dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak (Y) dan variabel moderasi dalam penelitian ini adalah CSR (Z)

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini, berdasarkan penjelasan peneliti dalam latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023?
5. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan ini berdasarkan uraian rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran Perusahaan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.

2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.
6. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan SCR sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Manfaat teoritis

- a. Diharapkan penelitian memberikan ini dapat memberikan informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan sebagai kajian teoritis secara keilmuan pada bidang akuntansi perpajakan.
- b. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama atau yang berkaitan dengan pengaruh ukuran Perusahaan, likuiditas dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak dengan CSR sebagai variable moderasi pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

2. Manfaat praktis

a. Bagi pegawai

Memberikan dasar yang kuat bahwa pemahaman pada pengaruh ukuran Perusahaan, likuiditas dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan sektor makanan dan minuman.

b. Bagi Akademis

Menambah referensi sebagai perbandingan yang akan datang serta sebagai tambahan referensi perpustakaan yang sudah ada.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang kajian yang sama yaitu untuk pemahaman tentang pengaruh ukuran Perusahaan, likuiditas dan profitabilitas agresivitas pajak dengan CSR sebagai variabel moderasi pada Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia.