


Pengaruh *Transfer Pricing*, *Good Corporate Governance*, *Growth Opportunity* Terhadap Agresivitas Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi

Samino Hendrianto¹, Nursimah Dara², Masturo^{3*}

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, RT.007/RW.003, Babakan, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten

E-mail: anugrah.alan@yahoo.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2368>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 July 2025

Revised: 10 August 2025

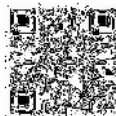
Accepted: 22 August 2025

Kata Kunci:

Transfer Pricing, *Good Corporate Governance* (GCG), *Growth Opportunity*, Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Keywords:

Transfer Pricing, *Good Corporate Governance* (GCG), *Growth Opportunity*, Tax Aggressiveness, *Corporate Social Responsibility* (CSR)



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Transfer Pricing*, *Good Corporate Governance* (GCG), *Growth Opportunity* Terhadap Agresivitas Pajak Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan keberlanjutan dari 10 perusahaan yang diambil melalui *purposive sampling* dari populasi 95 perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini dibantu dengan mempergunakan *Microsoft Office Excel* dan *software statistic* ialah *Eviews 12*. Metode penelitian yang dipakai dalam analisis ini ialah *common effect model*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *transfer pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan *good corporate governance* dan *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. *corporate social responsibility* dapat memoderasi *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak. Namun, *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi *good corporate governance* dan *growth opportunity* terhadap agresivitas pajak.

This study aims to determine the influence of transfer pricing, good corporate governance (GCG), and growth opportunity on tax aggressiveness with corporate social responsibility as a moderation variable in manufacturing companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2024 period. The research method used was descriptive quantitative with secondary data in the form of financial statements and sustainability reports from 10 companies taken through purposive sampling from a population of 95 companies. The data analysis method in this study is assisted by using Microsoft Office Excel and statistical software, namely Eviews 12. The research method used in this analysis is the common effect model. The results of the analysis show that transfer pricing has an effect on tax aggressiveness, while good corporate governance and growth opportunities have no effect on tax aggressiveness. Corporate Social Responsibility can moderate transfer pricing against tax aggressiveness. However, corporate social responsibility cannot moderate good corporate governance and growth opportunities against tax aggressiveness.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Samino Hendrianto, et al (2025). Pengaruh *Transfer Pricing*, *Good Corporate Governance*, *Growth Opportunity* Terhadap Agresivitas Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi, 4 (1) 4658-4666. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2368>

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memenuhi tanggung jawab sosialnya yang mengharuskan organisasi guna mengawasi berbagai faktor yang memengaruhi operasinya, termasuk metode pemungutan pajak. Agresifitas pajak ialah konsep penting dalam perpajakan yang mulai mendapat perhatian. Istilah berikut mengacu pada pendekatan perusahaan guna mengurangi kewajiban pajak mereka dengan cara yang agresif ataupun tidak konvensional. Ketidakpatuhan terhadap peraturan pajak ataupun penggunaan penghematan pajak yang diizinkan oleh peraturan bisa menyebabkan perilaku agresif pajak. Meskipun perusahaan tidak melanggar undang-undang apa pun, perusahaan yang menggunakan celah hukum guna mengurangi pajak dianggap melakukan praktik pajak agresif (Bahri et al., 2022).

Pajak ialah tulang punggung negara yang digunakan guna mendukung semua inisiatif pemerintah, termasuk pengembangan sarana dan prasarana suatu negara (Nirmalasari, 2020). Pajak berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan dunia usaha. Bagi pemerintah, pajak menjadi sumber pemasukan yang penting guna mendukung berbagai program pembangunan. Sementara itu, bagi dunia usaha, pajak merupakan bentuk kontribusi signifikan yang membantu kemajuan negara serta menciptakan iklim usaha yang lebih baik. Pajak berperan sebagai jembatan antara negara dan dunia bisnis. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja mengatur aspek perpajakan dan menyatakan bahwasannya "pajak ialah kontribusi yang wajib dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara, baik oleh individu maupun badan, yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, tanpa menerima imbalan langsung, dan digunakan untuk keperluan lainnya". Penerimaan pajak memberikan dampak yang cukup besar terhadap pembangunan di Indonesia. Salah satu sumber pendanaan utama ialah Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), yang bisa dilihat dari penerimaan pajak yang diperoleh. Aktivitas memanipulasi total keuntungan kena pajak dikenal sebagai tindakan agresivitas pajak. meskipun setiap perusahaan memiliki pendekatan masing-masing. Agresivitas pajak didefinisikan sebagai penggunaan praktik penghindaran pajak secara berlebihan, sebagaimana diungkapkan oleh boussaidi & hamed-sidhom, (2021).

Faktor yang mempengaruhi agresifitas pajak dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*, *good corporate governance*, dan *growth opportunity*. Faktor pertama ialah *transfer pricing*, Menurut Imanoel Nicholas & Mila Susanti (2022) *transfer pricing* ialah suatu metode ataupun teknik yang digunakan oleh perusahaan guna mengurangi ataupun menghemat beban pajaknya. Dari sudut pandang pemerintah, praktik *transfer pricing* bisa berfungsi sebagai salah satu faktor yang signifikan dalam mengurangi potensi penerimaan pajak negara. Hal berikut disebabkan oleh kemampuan perusahaan multinasional guna memanipulasi harga jual antar entitas yang berada dalam satu grup, sehingga laba yang dihasilkan bisa dialihkan ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah. Akibatnya, strategi berikut berpotensi mengakibatkan pengurangan basis pajak yang seharusnya diterima oleh negara, yang pada gilirannya bisa memengaruhi stabilitas dan keberlanjutan pendapatan fiskal. Menurut Sintiya Maharani dan Rina Sulistiyowati (2023), menunjukkan bahwa *transfer pricing* memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Good corporate governance, negara Indonesia memakai *self assesment system* untuk pemungutan pajak, ialah wajib pajak yang diberikan kepercayaan oleh pemerintah guna menetapkan sendiri besarnya pajak terutang, sehingga beberapa perusahaan bisa menggunakan kesempatan tersebut guna melakukan penghindaran pajak (Purbowati, 2021), karena adanya peluang tersebut, maka dibutuhkannya *good corporate governance* sebagai bentuk pengendalian atas kinerja manajemen perusahaan. *Good corporate governance* yaitu suatu sistem yang mampu mempengaruhi hubungan antar sesama pekerja dalam perusahaan agar bisa menetapkan tujuan kinerja perusahaan yang baik, serta mempunyai tanggung jawab kepada pemegang saham (Suwandi, 2021). Konsep *good corporate governance* diprosikan melalui kepemilikan institusional, alasan peneliti hanya menggunakan proksi kepemilikan institusional karena perusahaan membutuhkan pengawasan pihak eksternal ataupun institusi. Hal berikut dikarenakan kepemilikan institusional, yang berpotensi meningkatkan kekuatan pengawasan terhadap manajer dan bisa mempengaruhi konflik kepentingan antar manajemen sehingga bisa mengurangi masalah keagenan dan mempengaruhi peluang terjadinya *tax avoidance*. Dengan demikian, investor institusi bisa dianggap mampu melakukan pemantauan dan pengawasan dalam setiap keputusan manajer (Gramatika & Nugrahanto, 2022). Menurut Michael Rider Hutagalung (2022), *good corporate governance* dalam proksi kepemilikan institusional terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Growth opportunity merupakan perusahaan yang mengalami peningkatan aset yang sedang berkembang. Dengan peluang pertumbuhan yang tinggi, perusahaan diharapkan bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa depan. Pada akhirnya berpotensi mendorong peningkatan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan di mata investor. Dalam hal agresivitas pajak, bisnis dengan peluang pertumbuhan yang tinggi cenderung menggunakan strategi pajak yang lebih agresif, seperti menggunakan insentif ataupun metode lain guna mengurangi beban pajak guna memaksimalkan keuntungan dan mendukung ekspansi perusahaan (Rafly Zidane & Titiek Suwanti, 2022). Menurut penelitian Ni Kadek Dwi Putri Antari & Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati (2022), *sales growth* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak..

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan variable moderasi dalam penelitian ini. Mekanisme berikut dipandang sebagai salah satu pendekatan yang mampu meredam persoalan keagenan dalam perusahaan, terutama dalam hal konflik yang berkaitan dengan pengungkapan *transfer pricing*, penerapan *good corporate governance*, serta *growth opportunity* terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan UU RI No. 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas UU RI No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikategorikan sebagai bentuk sumbangan yang bisa dikurangkan dari penghasilan bruto. Oleh karena itu, dalam konteks koreksi fiskal, pengeluaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) diakui sebagai pengurang laba kena pajak. Secara strategis, *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu menciptakan harmoni antara perusahaan, masyarakat, dan lingkungan melalui nilai-nilai berkelanjutan yang seimbang. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi aspek penting karena berkontribusi terhadap peningkatan kredibilitas dan nilai perusahaan di mata publik. Dalam praktiknya, perusahaan memiliki dua bentuk tanggung jawab utama, yakni tanggung jawab sosial melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan tanggung jawab fiskal dalam bentuk kewajiban pajak, yang keduanya harus dijalankan secara seimbang agar keberlangsungan bisnis bisa terjaga. Menurut Dita Destanika Dewanti & Sarwenda Biduri (2024), menunjukkan bahwasannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap agresivitas pajak.

Rumusan masalah dalam penelitian berikut adalah sebagai berikut: (1) Apakah *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?; (2) Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?; (3) Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak?; (4) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Transfer Pricing* terhadap Agresivitas Pajak?; (5) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Good Corporate Governance* terhadap Agresivitas Pajak?; (6) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Growth Opportunity* terhadap Agresivitas Pajak?

Tujuan penelitian ini berikut adalah sebagai berikut: (1) untuk mengetahui pengaruh *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.; (2) untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.; (3) untuk mengetahui pengaruh *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.; (4) untuk membuktikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Transfer Pricing* terhadap Agresivitas Pajak.; (5) untuk membuktikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Good Corporate Governance* terhadap Agresivitas Pajak.; (6) Guna membuktikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi *Growth Opportunity* terhadap Agresivitas Pajak.

Manfaat penelitian ini Adalah sebagai berikut: Manfaat Teoritis. (1) diharapkan bisa menghasilkan konsep pengaruh *Transfer Pricing*, *Good Corporate Governance*, *Growth Opportunity*, *Corporate Social Responsibility* sebagai moderasi dan kaitannya dengan agresivitas pajak.; (2) diharapkan menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Manfaat Praktis. (1) Bagi Penelitian: memberikan informasi dan menambah pengetahuan empiris tentang pengaruh *transfer pricing*, *good corporate governance*, *growth opportunity*, *corporate social responsibility* sebagai moderasi dan kaitannya dengan agresivitas pajak.; (2) Bagi Perusahaan: diharapkan bisa memberikan informasi positif kepada perusahaan dalam proses pengambilan keputusan agar lebih efektif dan efisien serta menjadi bahan masukan bagi pimpinan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai sebuah perusahaan.; (3) Bagi Investor agar berhati-hati dalam mengambil keputusan yang diperoleh dari laporan keuangan serta memberikan gambaran informasi akuntansi dan pajak yaitu mengenai *transfer pricing*, *good corporate governance*, *growth opportunity*, *corporate social responsibility* dan juga agresivitas.

METODE

Populasi dan Sampel

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, sesuatu yang memiliki karakteristik yang menjadi pusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Paramita *et al.*, 2021). Populasi yang digunakan dalam penelitian berikut yaitu perusahaan yang ada dalam perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Teknik yang digunakan pada pengambilan sampel penelitian berikut yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024; (2) Menyajikan laporan keuangan lengkap dan telah di audit; (3) Menggunakan mata uang rupiah; (4) Memperoleh laba secara konsisten selama periode 2020-2024; (5) Menyediakan data secara lengkap terkait dengan variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	AP	TP	GCG	GO	CSR
Mean	0.235082	0.278169	0.697228	0.107292	0.304748
Median	0.223518	0.028152	0.687900	0.093180	0.287770
Maximum	0.388925	0.997647	0.919766	0.517013	0.647482
Minimum	0.063030	0.000366	0.500687	-0.465160	0.071942
Std. Dev.	0.058805	0.368718	0.129221	0.192282	0.139090
Skewness	0.552587	0.999106	0.116036	-0.467692	0.429836
Kurtosis	4.603933	2.397433	1.579539	4.160543	2.768177
Jarque-Bera Probability	7.904183 0.019214	9.074873 0.010701	4.315764 0.115570	4.628757 0.098828	1.651621 0.437880
Sum	11.75408	13.90845	34.86141	5.364621	15.23741
Sum Sq. Dev.	0.169442	6.661681	0.818211	1.811642	0.947959
Observations	50	50	50	50	50

Berdasarkan tabel diatas maka masing-masing variabel bisa diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Agresivitas Pajak (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,235082. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat agresivitas pajak pada kisaran 23,51%, yang mencerminkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sektor ini cenderung melakukan strategi penghindaran pajak dalam tingkat sedang. Sementara itu, nilai minimum 0,063030, mengindikasikan bahwa terdapat perusahaan yang menunjukkan tingkat agresivitas pajak sangat rendah, yaitu hanya sekitar 6,30%, yang bisa ditafsirkan sebagai tingkat kepatuhan pajak yang tinggi; (2) *Transfer Pricing* (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,278169. menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sektor ini rata-rata melakukan praktik *transfer pricing* sebesar 27,82%, menandakan bahwa pengalihan laba antar entitas yang masih dalam satu grup usaha cukup umum dilakukan. Nilai minimum 0,000366, yang berarti ada perusahaan yang hampir tidak melakukan *transfer pricing*, atau praktik tersebut dilakukan dalam jumlah yang sangat kecil, hanya 0,04%; (3) *Good Corporate Governance* (X2) memiliki nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 0,697228 yang menunjukkan bahwa secara umum perusahaan dalam sektor makanan dan minuman telah menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dengan cukup optimal, yakni sebesar 69,72%. Sementara itu, nilai minimum 0,500687, yang menunjukkan bahwa seluruh perusahaan dalam sampel telah memenuhi minimal separuh dari aspek-aspek *Good Corporate Governance*, sehingga bisa disimpulkan bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik; (4) *Growth Opportunity* (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,107292. Artinya, secara umum perusahaan-perusahaan dalam sektor makanan dan minuman memiliki peluang pertumbuhan sebesar 10,73%. Nilai minimum -0,465160, yang berarti terdapat perusahaan yang mengalami peluang pertumbuhan negatif atau bahkan penurunan usaha hingga -46,52%. Hal ini mencerminkan adanya ketimpangan atau ketidakstabilan kinerja di beberapa perusahaan selama periode pengamatan; (5) *Corporate Social*

Responsibility (Z) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,304748, yang menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pengungkapan CSR perusahaan sebesar 30,47%. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi dan pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan di sektor ini masih tergolong rendah dan belum menjadi fokus utama bagi sebagian besar perusahaan. Nilai minimum 0,071942, yang berarti terdapat perusahaan yang hanya mengungkapkan CSR sebesar 7,19%, menandakan minimnya keterlibatan dalam aspek sosial dan lingkungan.

Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

	AP	TP	GCG	GO	CSR
AP	1.000000	-0.227011	0.165160	0.004704	-0,143219
TP	-0,227011	1.000000	0.336172	0.202165	0.358745
GCG	0.165160	0.336172	1.000000	0.141685	0.032332
GO	0.004704	0.202165	0.141685	1.000000	0.163239
CSR	0,143219	0.358745	0.032332	0.163239	1.000000

Berdasarkan tabel diatas uji *multikolinearitas* menunjukkan tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai > 0.85, sehingga bisa disimpulkan tidak terjadi *multikolinearitas* dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Residual Cross-Section Dependence Test			
Null hypothesis: No cross-section dependence (correlation) in residuals			
Equation: Untitled			
Periods included: 5			
Cross-sections included: 10			
Total panel observations: 50			
Note: non-zero cross-section means detected in data			
Cross-section means were removed during computation of correlations			
Test	Statistic	d.f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	56.56640	45	0.1156
Pesaran scaled LM	1.219205		0.2228
Pesaran CD	-1.036469		0.3000

Berdasarkan tabel diatas, uji *heteroskedastisitas* menunjukkan nilai prob. > 0.05 sehingga bisa disimpulkan tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam model regresi.

Uji F

Tabel 4. Uji F

R-squared	0.327003	Mean dependent var	0.235082
Adjusted R-squared	0.214837	S.D. dependent var	0.058805
S.E. of regression	0.052107	Akaike info criterion	-2.925406
Sum squared resid	0.114034	Schwarz criterion	-2.619482
Log likelihood	81.13515	Hannan-Quinn criter.	-2.808908
F-statistic	2.915349	Durbin-Watson stat	1.916289
Prob(F-statistic)	0.014051		

Berdasarkan tabel diatas, nilai *F-statistic* sebesar (2.915349) > F Tabel (2.578739184) dan nilai Probabilitas *statistic* sebesar 0.014051 < 0.05 maka disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji T

Tabel 5. Uji t

Dependent Variable: AP				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/25/25 Time: 06:55				
Sample: 2020 2024				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 10				
Total panel (balanced) observations: 50				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.162876	0.045591	3.572502	0.0008
TP	-0.051691	0.023774	-2.174258	0.0349
GCG	0.122677	0.067113	1.827929	0.0741
GO	0.009797	0.043373	0.225867	0.8223

Analisis Regresi Data Panel dengan Moderated Regression Analysis (MRA)

$$AP = 0.081075 - 0.191066*TP + 0.287718 *GCG - 0.044012*Gon + 0.474424*TP_CSR - 0.701215*GCG_CSR + 0.161126*GO_CSR$$

1. Nilai konstanta sebesar 0.081075. Hal ini membuktikan bahwa apabila *Transfer Pricing* (TP), *Good Corporate Governance* (GCG), *Growth Opportunity* (GO) sebesar 1 satuan maka Agresivitas Pajak pada penelitian berikut sebesar 0.081075.
2. Nilai Koefisien *Transfer Pricing* (TP) ialah -0.191066. Hal ini membuktikan bahwa apabila *Transfer Pricing* (TP) sebanyak 0 (Nol) maka Agresivitas Pajak pada penelitian berikut sebesar -0.191066.
3. Nilai Koefisien *Good Corporate Governance* (GCG) ialah 0.287718. hal ini membuktikan bahwa setiap kenaikan *Good Corporate Governance* (GCG) sebanyak 1 (satuan) akan diikuti oleh kenaikan Agresivitas Pajak sebesar 0.287718.
4. Nilai Koefisien *Growth Opportunity* (GO) ialah -0.044012. hal ini membuktikan bahwa apabila *Growth Opportunity* (GO) 0 (Nol) maka Agresivitas Pajak pada penelitian berikut sebesar -0.044012.
5. Nilai moderasi TP_CSR ialah 0.474424 menyatakan bahwa peningkatan hubungan moderasi antara *Transfer Pricing* (TP) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama dengan 1 akan meningkatkan Agresivitas Pajak sebesar 0.474424 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
6. Nilai moderasi GCG_CSR ialah -0.701215 menyatakan bahwa peningkatan hubungan moderasi antara *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama dengan 0 (Nol) maka Agresivitas Pajak pada perusahaan berikut sebesar -0.701215.
7. Nilai moderasi GO_CSR ialah 0.161126 menyatakan bahwa peningkatan hubungan moderasi antara *Growth Opportunity* (GO) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sama dengan 1 akan meningkatkan Agresivitas Pajak sebesar 0.161126 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

Interpretasi Hasil

Pengaruh *Transfer Pricing* Terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai t-statistic untuk *Transfer Pricing* sebesar -2.557435 dan probability sebesar 0.0142 < sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Transfer Pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₁ diterima.

Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai t-statistic untuk *Good Corporate Governance* sebesar 1.933160 dan probability sebesar 0.0600 > sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₂ ditolak.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai *t-statistic* untuk *Growth Opportunity* sebesar -1.019474 dan *probability* sebesar 0.3138 > sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₃ ditolak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Hubungan *Transfer Pricing* Terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai *t-statistic* untuk *Transfer Pricing* yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* sebesar 2.312699 dan *probability* sebesar 0.0257 > sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi *Transfer Pricing* terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₄ diterima.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Hubungan *Good Corporate Governance* Terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai *t-statistic* untuk *Good Corporate Governance* yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* sebesar -1.453425 dan *probability* sebesar 0.1535 > sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi *Good Corporate Governance* terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₅ ditolak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Hubungan *Growth Opportunity* Terhadap Agresivitas Pajak

Diketahui nilai *t-statistic* untuk *Growth Opportunity* yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility* sebesar 2.852874 dan *probability* sebesar 0.0067 < sig α 0.05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi *Growth Opportunity* terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis H₆ diterima.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *transfer pricing* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan *good corporate governance* dan *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. *corporate social responsibility* dapat memoderasi *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak. Namun, *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi *good corporate governance* dan *growth opportunity* terhadap agresivitas pajak.

Peneliti memberikan saran sebagai berikut: (1) Bagi Investor: Investor disarankan untuk lebih cermat dalam menilai laporan keuangan dan strategi pajak perusahaan, terutama terkait praktik *transfer pricing* yang berpotensi meningkatkan risiko agresivitas pajak. selain itu, tingkat pengungkapan CSR juga dapat menjadi indikator penting dalam menilai tanggung jawab manajemen dan keberlanjutan perusahaan. perusahaan dengan praktik CSR yang baik cenderung memiliki tata kelola yang lebih transparan dan berisiko lebih rendah secara jangka Panjang; (2) Bagi Perusahaan: Perusahaan disarankan untuk lebih transparan dalam menetapkan kebijakan *transfer pricing* dan menjadikan CSR sebagai strategi jangka panjang; (3) Bagi Akademik: Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara strategi keuangan perusahaan dan perilaku pajak, khususnya dalam konteks agresivitas pajak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Alexandra, N., & Kusmawati, K. (2023). Pengaruh Leverage Dan Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2(2), 33–42. <https://doi.org/10.32524/jia.v2i2.979>
- Alifah Fauzi, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, & Triana Zuhrotun Aulia. (2022). Pengaruh Environment Disclosure, Good Corporate Governance, Dan Environmental Performance Terhadap Economic Performance. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(4), 01–15. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v4i4.430>

- Alisya Athalia, & Nera Marinda Machdar. (2023). Pengaruh Beban Iklan, Harga Transfer Dan Volatilitas Harga Saham Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 19–31. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2452>
- Baik, Y., Istimewa, T. H., Prasetyo, H., Santoso, H., & Utami, W. (2021). Mekanisme efektivitas tata kelola perusahaan yang baik, transaksi hubungan istimewa, dan pengaruhnya terhadap agresivitas pajak.
- Basuki, D. A. T. (2021). Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Diklengkapi Dengan Penggunaan Eviews). *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 112–122.
- Budiantara, M., Utomo, R. B., & Manalu, R. H. (2021). Agresivitas Pajak Dari Prespektif Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1755–1766. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss2.2020.624>
- Deni Darmawan. (2020). Metode penelitian kuantitatif.
- Doni Mawardiana, Siti Nuke Nurfatimah, D. S. (2023). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 578–598. journal.uniku.ac.id/index.php/jeam
- Fitriani, D. N., Djaddang, S., & Suyanto, S. (2021). Pengaruh Transfer Pricing, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. In *Kinerja* (Vol. 3, Issue 02). <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i02.1575>
- Hanifah, U., & Saepuloh, C. (2024). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Praktik Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2020-2023. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 2020–2023. <https://doi.org/10.38204/jrak.v10i2>
- Junaidi, J., & Adharani, L. A. (2022). Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 38–53. <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.396>
- Komara, V., Kurniawan, & Yonata, H. (2022). Pengaruh Transfer Pricing, Corporate Governance, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4900–4916. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/4046/pdf>
- Laksmi, D. A., Dian, P., & Narsa, R. H. (2022). Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, and Tax Aggressiveness: Evidence from Indonesia. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 2085–9643. <https://doi.org/10.26740/jaj>
- Laksmi, D. A., & Rosalina, N. P. D. (2022). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Intensitas Modal, dan Agresivitas Pajak: Bukti dari Indonesia. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, Vol 13, ed(2017), 132–143. <https://doi.org/10.26740/jaj>
- Maharani, S., & Sulistiyowati, R. (2023). Pengaruh Profitability, Transfer Pricing, Inventory Intensity, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Coal Production, Gold, Diversified Metals Dan Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017. *Global Accounting*, 2(1), 37–48. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/1938>
- Manoppo, I. N. A., & Susanti, M. (2022). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Makanan & Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2021. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(2), 172–183.
- Nahdya Maulidini Adetya. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Perusahaan. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Nindiana Okta Auliya, Juli Ratnawati, Enny Susilowati Mardjono, & Ratna Herawati. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Transfer Pricing, dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4197–4219. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1616>
- Nugrahanto, A., & Gramatika, E. (2022). Kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing dalam memoderasi pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan. *Jurnal informasi*,

- perpajakan, akuntansi, dan keuangan publik, 17(2), 173–194.
<https://doi.org/10.25105/jipak.v17i2.10289>
- Oktavianna, R. (2021). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Moderasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 241–250. <https://doi.org/10.35143/jakb.v14i2.5022>
- Pasaribu, P. R., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Transfer Pricing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 10(1), 68–78.
- Putranto, P., Dinar Nur Affini, & Husnul Hatimah. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Transfer Pricing terhadap Tax Aggressiveness dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1–15.
<https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.176>
- Rennath, B. E., & Trisnawati, E. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Pengungkapan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(1), 423–434.
<https://doi.org/10.24912/jpa.v5i1.22420>
- Rosani, N. R., & Andriyanto, R. W. (2024). Pengaruh Komisaris Independen, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, Likuiditas, Dan Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(2), 3490–3505.
<http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Sari, E. W., Zahri, R. M., Hapsari, M. P., Putri, A. A., & ... (2024). Tax Aggressive Practices in Indonesia: Transfer Pricing, Capital Intensity Ratio, and Institutional Ownership. *Asian Journal of ...*, 04(03), 821–832.
<https://mail.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/717%0Ahttps://mail.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/download/717/608>
- Septiani, K. N., & Winata, S. (2022). Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization Dan Tax Haven Utilization Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Sektor Industri Makanan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 819–831.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1650>
- Stiawan, H., & Sanulika, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderator. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(1), 1–13.
- Syuhari, A. (2024). Determinan Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). 6(3), 12–27.
- Tarigan, S. M., Anjani, I. D., & Tallane, Y. Y. (2023). Studi Literatur: Analisis Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Multinasional. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(2), 285–292. <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i2.241>
- Waladi, A., & Prastiwi, D. (2022). Pengaruh Sales Growth, Capital Intensity, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 11(1), 2.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/index>
- Wardani, D. K., & Dodok, A. J. (2022). Pengaruh Corporate Governance terhadap Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(3), 1–15.
- Wilestari, M., & Bilah, D. (2022). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *AKRUAL : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 28–39. <https://doi.org/10.34005/akrual.v4i1.2023>
- Zahra Putri Nabila. (2024). Pengaruh Transfer Pricing, Corporate Social Responsibility, Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023).