

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Negara kawasan Asia Tenggara memiliki potensi yang strategis dalam perdagangan internasional dengan transaksi domestik dan antar negara yang relatif cepat. Kawasan ini juga memiliki jumlah penduduk yang besar sehingga menjadi potensi pasar yang besar dalam permintaan barang dan jasa (Triyawan, 2020). Permintaan domestik ini menjadi salah satu penopang perekonomian negara seiring bertambahnya jumlah penduduk sehingga semakin tinggi permintaan maka akan memperkuat perekonomian kawasan tersebut. Hal ini dapat menjadikan negara kawasan Asia Tenggara memiliki potensi penerimaan pajak yang besar dan setiap negara menyusun kebijakan dan peraturan terkait perpajakan dalam mengoptimalkan eksplorasi potensi pajak agar terciptanya perekonomian melalui penerimaan negara dan realisasi belanja negara untuk pembangunan nasional (Wulandari, 2022).

Pembangunan nasional merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pemerintah selalu berusaha menciptakan keadilan sosial kepada seluruh rakyat dengan memberikan kesejahteraan merata melalui pembangunan nasional (Lemmuel & Sukadana, 2022). Oleh karena itu, pemungutan pajak dari rakyat dilakukan sebagai salah satu sumber modal atau dana untuk dapat mewujudkan kesejahteraan seluruh masyarakat.

Di Indonesia sumber penerimaan terbesar negara adalah penerimaan perpajakan sehingga pemungutan pajak penghasilan menjadi hal penting terkait

penerimaan negara. Sama halnya dengan Indonesia, penerimaan perpajakan di Malaysia merupakan penerimaan pendapatan tertinggi dari total pendapatan negara Malaysia. Terdapat berbagai kesamaan lainnya, Malaysia dan Indonesia merupakan negara berkembang yang termasuk dalam kawasan ASEAN, standar akuntansi yang digunakan juga mengacu kepada IFRS (*International Financial Reporting Standard*), dan menerapkan *self assessment system* dalam sisi perpajakannya (Elizabeth & Riswandari, 2022).

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, sebagaimana dicantumkan kembali dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Pasal 1 ayat (1), pajak merupakan kontribusi wajib rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang yang bersifat memaksa. Pajak dapat ditunjukkan dan digunakan untuk keperluan negara demi kemakmuran rakyat, sehingga diperlukan kontribusi seluruh warga negara terhadap pembayaran pajak. Dilanjutkan oleh Pasal 1 ayat (2) dan (3), pajak yang dibayarkan kepada negara tidak hanya dilakukan oleh orang pribadi, melainkan juga dilakukan oleh badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak. Badan yang menjadi wajib pajak terdiri dari seluruh badan usaha di Indonesia, baik berbentuk Perseroan Terbatas (PT), Firma (Fa), Persekutuan Komanditer (CV), Badan Usaha Milik Negara maupun Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, kongsi, koperasi, dana pension, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

Bagi perusahaan terutama perusahaan besar, pembayaran pajak yang dipungut oleh pemerintah dianggap sebagai beban bagi perusahaan karena akan mengurangi laba perusahaan (K. S. Dewi & Yasa, 2020). Hal tersebut tentu saja sangat bertolak belakang dengan tujuan dari didirikannya sebuah perusahaan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Perusahaan akan berusaha menyusun strategi untuk mengurangi beban pajak yang akan dibayarkannya. Strategi yang bisa digunakan untuk mengurangi pajak adalah dengan melakukan agresivitas pajak (Tampubolon, 2021).

Agresivitas pajak merupakan strategi penghindaran pajak dalam mengurangi beban pajak perusahaan dengan memanfaatkan kelemahan hukum perpajakan maupun melanggar ketentuan tetapi masih di dalam *grey area* (Andri Wijaya et al., 2021). Sejalan dengan penjelasan Rahayu & Suryarini (2021) Agresivitas pajak merupakan suatu tindakan manipulatif untuk mengurangi penghasilan kena pajak dan memperkecil beban pajak perusahaan melalui perencanaan pajak baik secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).

*Tax avoidance* adalah usaha dalam perencanaan pajak yang dilakukan secara legal atau tidak bertentangan dengan peraturan perpajakan yang berlaku dengan cara memanfaatkan celah yang ada dalam Undang-Undang perpajakan sehingga akan mempengaruhi penerimaan negara dari sektor pajak (Kimsen et al., 2018). Misalnya dengan melaporkan pendapatan bersih lebih kecil dari yang sebenarnya. *Tax avoidance* dianggap sebagai suatu tindakan yang legal karena perusahaan hanya memanfaatkan kelemahan yang ada dalam Undang-Undang perpajakan.

*Tax evasion* merupakan perencanaan pajak yang dilakukan secara ilegal, yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi pajak dengan melanggar peraturan perpajakan yang berlaku (Ortas & Gallego-Álvarez, 2020). Misalnya seperti wajib pajak tidak melaporkan sebagian atau seluruh penghasilannya ke dalam SPT, membebankan biaya-biaya yang seharusnya dijadikan pengurangan dalam penghasilan, memperbesar biaya dengan cara yang fiktif bahkan ada yang sama sekali tidak membayar pajak terutang yang seharusnya dibayarkan.

Perusahaan mempunyai berbagai cara untuk melakukan praktik agresivitas pajak. Salah satunya dengan memanfaatkan pengurang pajak yang ada pada PPh pasal 6 ayat 1b, yakni memanfaatkan penyusutan aset tetap sebagai pengurang laba kena pajak perusahaan. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan berinvestasi pada perusahaan atau badan usaha di Indonesia, dan kemudian dividen yang diterima oleh perusahaan akan dikategorikan sebagai pendapatan yang tidak termasuk objek pajak dengan syarat perusahaan tersebut memiliki saham paling sedikit 25% dari jumlah modal disetor pada perusahaan. Cara tersebut dilakukan perusahaan dengan memanfaatkan peraturan PPh pasal 4 ayat 3 tentang bukan objek pajak.

Terdapat kasus terkait agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan yang ada di Indonesia, yakni yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang terungkap pada tahun 2013. Berawal dengan memperluas bisnis dengan mendirikan perusahaan baru sehingga mengalihkan beberapa aset dan liabilitas perusahaan kepada PT Indofood CBP pada tahun 2009. Ekspansi bisnis yang dilakukan bertujuan untuk menghindari pajak, sehingga dikenakan keputusan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) bahwa perusahaan harus tetap membayar pajak sebesar 1,3 miliar rupiah (Suwanta & Herijawati, 2022).

Pada tahun 2019, sebuah lembaga *Global Witness* mengungkapkan bahwa salah satu perusahaan tambang di Indonesia membayar pajak US\$ 125juta lebih rendah kepada pemerintah, yaitu PT Adaro Energy Tbk. Penggelapan pajak yang dilakukan perusahaan ini terjadi semenjak tahun 2009 hingga tahun 2017. Perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak dengan memindahkan sebagian besar keuntungan di Singapura yang mana pajak yang dikenakan lebih rendah daripada Indonesia. *Global Witness* mengungkapkan setidaknya pemerintah mengalami kerugian tiap tahunnya sebesar US\$ 14 juta akibat penggelapan pajak yang dilakukan (As sajjad et al., 2021).

Selain di Indonesia, di Malaysia juga terdapat tindakan upaya penghindaran pajak yang dilakukan. Dikutip dari berita TTDC (2020), menyatakan bahwa pada tahun 2022 Otoritas Pajak Malaysia, Lembaga Hasil Dalam Negeri mengidentifikasi terdapat 31.598 entitas, yang mana 7.847 diantaranya merupakan entitas bisnis dan perusahaan yang belum melaporkan pendapatan kepada negara. Hal ini diduga entitas tersebut melakukan upaya penghindaran pajak.

Agresivitas pajak menurut pandangan masyarakat merupakan tindakan yang kurang bertanggung jawab secara sosial sehingga menyebabkan pandangan negatif terhadap perusahaan yang menerapkannya. Tindakan perusahaan ini tidak selaras dengan harapan masyarakat karena pajak yang dibayar perusahaan memiliki dampak penting bagi masyarakat dalam pendanaan barang publik, seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, pertahanan nasional, dan sejenisnya (Makhfudloh et al., 2018).

Dalam menjaga citra positif perusahaan, perusahaan melakukan strategi berupa *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan informasi yang

diungkapkan oleh perusahaan terkait tanggung jawab sosial perusahaan kepada publik untuk mewujudkan akuntabilitas (Andri Wijaya et al., 2021). CSR dipandang sebagai sarana mempengaruhi pola pikir masyarakat karena menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam mencapai citra positif dan legitimasi dari publik, perusahaan berupaya memperlihatkan kegiatan operasional perusahaan dalam laporan tahunan, juga mencantumkan kegiatan yang mendukung publik sesuai dengan batas dan norma masyarakat (Makhfudloh et al., 2018).

Terdapat peraturan terkait CSR di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk ikut serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri maupun komunitas setempat. Selain itu, terdapat Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Pasal 2 yang menyatakan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya, Pasal 3 mengatur terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, terdapat hubungan antara pelaporan CSR dengan tingkat agresivitas pajak. Terdapat berbagai hasil terkait

penelitian hubungan CSR dengan agresivitas pajak, diantaranya Rahayu & Suryarini (2021) menemukan bahwa pengungkapan CSR dapat menentukan tingkat agresivitas pajak perusahaan, artinya kinerja CSR perusahaan yang tinggi akan menunjukkan agresivitas pajak yang tinggi juga. Berbeda dengan hasil penelitian Ortas & Gallego-Álvarez (2020) yang menyatakan hubungan negatif antara CSR dengan agresivitas pajak, semakin tinggi perusahaan berkomitmen dalam isu sosial, lingkungan, dan tata kelola menyebabkan rendahnya perusahaan melakukan agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh S. P. Dewi & Cynthia (2018) dan Makhfudloh et al. (2018) juga memperlihatkan tidak ada pengaruh CSR dengan agresivitas pajak, karena meskipun perusahaan melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya, perusahaan tetap dapat melakukan agresivitas pajak dalam meminimalkan pajak yang terutang.

Tindakan agresivitas pajak juga dapat dilihat dari ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi tindakan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pajak karena dasar pengenaan pajak berasal dari laba perusahaan (K. S. Dewi & Yasa, 2020). Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka keuntungan yang diperoleh perusahaan juga besar dan beban pajak yang dimiliki akan tinggi (Antari & Merkusiwati, 2022). Semakin besar ukuran perusahaan maka transaksi perusahaan kompleks, sehingga memungkinkan perusahaan memanfaatkan celah untuk melakukan tindakan agresivitas pajak (Kimsen et al., 2018).

Penelitian terdahulu terkait ukuran perusahaan yang dilakukan oleh Rahayu & Suryarini (2021), Sugeng et al. (2020), dan Dewi & Cynthia (2018) menemukan bahwa tidak ada pengaruh antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak. Penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Antari &

Merkusiwati (2022) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil kemungkinan perusahaan tersebut melakukan agresivitas pajak. Selain itu, lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh K. S. Dewi & Yasa (2020) yang menunjukkan hasil adanya hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak.

Selain dilihat dari CSR dan ukuran perusahaan, agresivitas pajak juga dapat ditinjau dari pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan akan berguna untuk mengevaluasi dan membantu perusahaan memperkirakan keuntungan yang diperoleh (Nisadiyanti & Yuliandhari, 2021). Pertumbuhan penjualan akan sejalan dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan, maka laba yang diperoleh oleh perusahaan lebih besar sehingga beban pajak perusahaan juga lebih besar (Antari & Merkusiwati, 2022). Hal tersebut yang menyebabkan perusahaan akan mencoba melakukan tindakan agresivitas pajak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, juga terdapat perbedaan hasil terkait hubungan pertumbuhan penjualan dengan agresivitas pajak. Menurut hasil penelitian yang dilakukan Antari & Merkusiwati (2022) pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak, artinya jika nilai pertumbuhan penjualan tinggi maka tingkat agresivitas pajak juga tinggi. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani et al. (2020) pertumbuhan penjualan dengan agresivitas pajak memiliki pengaruh negatif sehingga saat pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan, akan menyebabkan agresivitas pajak semakin rendah bahkan bisa saja tidak melakukan



agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisadiyanti & Yuliandhari (2021) pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini karena perusahaan yang mengalami kenaikan maupun penurunan pertumbuhan penjualan akan tetap memiliki kewajiban membayar beban pajak yang ditanggung.

Dilihat dari hasil penelitian terdahulu, peneliti menemukan banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak. Penelitian yang akan dilakukan merupakan pengembangan dari penelitian Makhfudloh et al. (2018) yang melakukan penelitian terkait pengaruh CSR terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan variabel kontrol *leverage*, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, intensitas modal, dan intensitas persediaan pada perusahaan yang termasuk dalam JII (*Jakarta Islamic Index*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 hingga 2014. Namun untuk penelitian ini, peneliti membatasi variabel kontrol menjadi profitabilitas dan *leverage*, serta memperluas variabel independen menjadi *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan. Alasan peneliti memperluas variabel independen ini karena masih terjadinya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya terkait variabel tersebut dalam mempengaruhi agresivitas pajak.

Penelitian ini menggunakan studi komparatif dua negara sebagai objek penelitian, yakni perusahaan LQ45 yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dan FTSE Bursa Malaysia KLCI pada tahun 2020 hingga tahun 2022. Perusahaan terindeks LQ45 merupakan 45 perusahaan terpilih dengan indeks harga saham yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang didasarkan kepada likuiditas yang tinggi, kapitalisasi pasar, kondisi fundamental, dan prospek pertumbuhan

perusahaan ke depan. Perusahaan yang terindeks FTSE Bursa Malaysia KLCI merupakan 30 perusahaan terbesar yang terdaftar dalam bursa Malaysia berdasarkan kapitalisasi pasar penuh, tingkat likuiditas yang tinggi, dan *free float*. Peneliti memilih studi komparatif sebagai objek penelitian didasarkan dengan berbagai pertimbangan. Pertama, meskipun kedua negara ini berada di kawasan yang sama, kedua negara tentu memiliki lingkup pajak yang berbeda, baik dari regulasi, kebijakan, bahkan praktik yang mungkin mempengaruhi strategi perpajakan perusahaan. Kedua, baik perusahaan terindeks LQ45 dan FTSE tentu mencakup berbagai sektor industri, ukuran, dan tingkat kompleksitas yang akan memberikan wawasan komprehensif terkait praktik agresivitas pajak di Indonesia maupun Malaysia. Ketiga, baik perusahaan terindeks LQ45 dan FTSE sama-sama merupakan perusahaan besar sehingga dianggap sudah mampu menyajikan laporan keberlanjutan yang akan digunakan untuk mengukur variabel CSR pada penelitian ini. Oleh karena itu, dengan membandingkan perusahaan terindeks dari dua negara berbeda diharapkan penelitian ini dapat menganalisis perbedaan signifikan yang terjadi dalam praktik agresivitas pajak antara Indonesia dan Malaysia berdasarkan variabel yang akan diteliti.

Selain itu, berdasarkan saran penelitian terdahulu, peneliti ingin meneliti objek yang berbeda dari penelitian yang sudah ada, yang mana peneliti terdahulu dominan menggunakan perusahaan berbagai sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa peneliti ingin membuktikan secara empiris “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size*, dan *Sales Growth* terhadap Agresivitas Pajak (Studi Komparatif pada

Perusahaan LQ45 Bursa Efek Indonesia dan FTSE Bursa Malaysia KLCI periode 2020 hingga 2022)”.  
2020 hingga 2022)”).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia?
2. Bagaimana pengaruh *firm size* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia?
3. Bagaimana pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia?
4. Apakah terdapat perbedaan antara agresivitas pajak yang terjadi di Indonesia dengan di Malaysia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, diantaranya untuk membuktikan secara empiris:

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia.
2. Pengaruh *firm size* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia.
3. Pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak di Indonesia dan Malaysia.
4. Perbedaan antara agresivitas pajak yang terjadi di Indonesia dengan di Malaysia.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dipaparkan diatas, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris terkait pengaruh CSR, *firm size*, dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini juga diharapkan mampu memperkaya teori yang digunakan pada penelitian dengan topik perpajakan sehingga memberikan kontribusi terhadap perkembangan keilmuan ekonomi pada umumnya dan keilmuan akuntansi.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini mampu berkontribusi dalam perkembangan teori terkait agresivitas pajak dan dijadikan tambahan *literature* serta acuan bagi peneliti selanjutnya.

- b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga perusahaan dapat menghindari kegiatan yang menimbulkan agresivitas pajak.

- c. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pemerintah dalam upaya meningkatkan tanggung jawab perusahaan. Selain itu, dapat memberikan manfaat kepada pemerintah untuk

mengevaluasi strategi dan langkah-langkah yang diambil untuk menekan tingkat agresivitas pajak sehingga penerimaan negara dapat maksimal.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bagian yang dirincikan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab 1 berisikan penjelasan terkait latar belakang masalah terkait CSR, *firm size*, dan *sales growth*. Selain itu, bab ini juga memaparkan rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 berisikan tinjauan pustaka terkait teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dikaji. Bab ini juga membahas terkait konsep yang sesuai sehingga mampu dijadikan dasar penelitian dari setiap variabel yang diteliti. Selain itu, bab ini membahas kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti akan mengacu kepada buku, jurnal, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk dijadikan sumber referensi pembuatan teori.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab 3 berisikan metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian, variabel independen, variabel dependen, serta variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, bab ini memaparkan jenis penelitian yang

digunakan, objek penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, serta teknik pengumpulan dan metode analisis data pada penelitian ini.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 berisikan gambaran hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil yang diperoleh merupakan data yang telah dikumpulkan dan diolah sesuai metode yang digunakan sehingga mampu menjelaskan hubungan antar variabel-variabel yang diteliti dan membuktikan hasil dari hipotesis yang telah disajikan pada bab 2.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab 5 berisikan rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan serta keterbatasan dalam penelitian yang peneliti temukan terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *firm size*, dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak. Dalam bab ini juga berisikan saran untuk penelitian selanjutnya dan bentuk implikasi dari penelitian.

