

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

PENGARUH LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

Universitas Kuningan^{1,2,3}

donimawardiana13@gmail.com¹, siti.nuke@uniku.ac.id², dadang.suhendar@uniku.ac.id³

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of leverage and firm size on tax aggressiveness, with Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable. The research method used a quantitative verificative approach. The research object was mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2018-2020. The sample consisted of 22 companies selected using purposive sampling. Data analysis techniques included multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The findings indicate that leverage and firm size collectively influence tax aggressiveness. Leverage has a positive effect on tax aggressiveness, whereas firm size has a negative effect on tax aggressiveness. Moreover, the MRA results using Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderator indicate that CSR can moderate the influence of firm size, but CSR cannot moderate the impact of leverage on tax aggressiveness.

Keywords: Leverage, Firm Size, Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan suatu kewajiban yang harus di bayarkan oleh setiap wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak suatu badan, karena pajak sebagai sumber pendanaan penting bagi perekonomian indonesia. Pajak mempunyai peranan penting untuk mendukung kemampuan keuangan negara dalam pelaksanaan program-program negara dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yaitu dengan pembangunan infrastruktur, aset-aset publik, dan fasilitas umum lainnya. Dalam Undang-Undang Ketentuan Umum Pajak Nomor 16 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau

badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Praktik agresivitas pajak masih seringkali ditemukan baik di perusahaan besar maupun kecil. Pajak memiliki arti tersendiri bagi pemerintah dan wajib pajak. Bagi perusahaan, sebagai wajib pajak, pajak dapat diartikan sebagai beban yang dapat mengurangi laba yang diperoleh. Semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan maka semakin besar pula penerimaan negara dari sektor pajak. Namun sebaliknya bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang harus ditanggung dan mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan. Maka tidak heran jika beragam fenomena berkenaan dengan pajak terjadi, salah satunya agresivitas pajak.

Menurut Prastiwi & Walidah, (2020) 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. Berdasarkan peneliti Leksono et al., (2019) 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), dan Putri & Lautania, (2016). Rasio ini dianggap dapat memperlihatkan perbedaan antara laba menurut akuntansi dengan laba menurut fiskal (Mulyadi et al., 2021).

Berdasarkan hasil perhitungan nilai agresivitas pajak pada penelitian ini dengan menggunakan rumus ETR di 26 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 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 Astuti & Aryani, (2016) menyebutkan bahwa semakin kecil nilai ETR (<1) berarti agresivitas pajak oleh perusahaan semakin besar dan begitu pula sebaliknya semakin besar (>1) nilai

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

ETR maka agresivitas pajak semakin kecil. Hasil perhitungan tersebut juga mempertegas bahwa praktik agresivitas pajak ini memang masih umum dilakukan dibanyak perusahaan. Adapun beberapa faktor-faktor yang mendorong suatu perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak seperti pada penelitian Leksono et al., (2019) yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sedangkan menurut Maulana (2020) tindakan agresivitas pajak dapat disebabkan oleh capital intensity, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan. Peneliti mencoba melakukan pengujian kembali terkait pengaruh leverage dan ukuran perusahaan dan inventory intensity terhadap agresivitas pajak dengan menambahkan efek pemoderasi yaitu Corporate Social Responsibility.

Perusahaan dengan sumber dana pinjaman yang tinggi, akan membayar beban bunga yang tinggi pula kepada pihak kreditur, beban bunga yang tinggi itu akan mengurangi laba perusahaan sehingga beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan akan berkurang. Tingkat hutang terhadap total aktiva dapat diartikan mengukur efisiensi penggunaan dana suatu perusahaan. Semakin efisien tingkat penggunaan dana suatu perusahaan maka tingkat leverage akan semakin baik. Begitupun sebaliknya, semakin tidak efisien penggunaan dana suatu perusahaan maka akan menunjukkan semakin besarnya kewajiban/hutang yang harus ditanggung Perusahaan, namun dilain perspektif semakin tinggi leverage dalam suatu perusahaan maka beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan berkurang, sehingga keputusan untuk berhutang lebih dipilih oleh manajemen sebagai upaya menghindari beban pajak yang lebih besar akibatnya perusahaan ada kecenderungan akan semakin agresif terhadap pajaknya (Romdhon et al., 2021). Lain hal dengan temuan pada penelitian Hidayati et al., (2021) yang menunjukkan leverage berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, hal ini dikarenakan semakin tinggi leverage maka semakin rendah agresivitas pajak, hal ini kemungkinan disebabkan karena perusahaan yang mempunyai leverage tinggi akan mampu mengelola sumber pembiayaan tersebut dengan baik perusahaan akan secara maksimal untuk menghasilkan laba perusahaan yang tinggi agar perusahaan dapat berjalan optimal sehingga beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan akan semakin tinggi, mengindikasikan agresivitas pajak rendah.

Ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak menurut penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi et al., (2021) menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memiliki prospek yang sangat baik dalam jangka waktu yang relatif lama, dan juga mencerminkan kondisi perusahaan relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba (Romdhon et al., 2021). Besarnya aset yang dimiliki perusahaan berhubungan dengan ukuran perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin besar pula perusahaan tersebut. Namun setiap tahunnya aset akan mengalami penyusutan yang dapat mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan sehingga besarnya beban pajak juga akan berkurang seiring dengan penyusutan tersebut. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin agresif dalam mengambil kebijakan guna meminimalkan beban pajak. Perusahaan besar memiliki perencanaan pajak yang matang dan mengadopsi praktek akuntansi yang efektif untuk menurunkan ETR perusahaan dengan memanfaatkan celah atas penyusutan aset setiap tahunnya yang dapat mengurangi laba perusahaan sehingga beban pajak perusahaan ikut berkurang.

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.

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 kaitannya dengan kontrak sosial dimana perusahaan berdiri di lingkungan

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

masyarakat maka perusahaan harus memiliki reputasi yang baik agar dapat menjaga keberlangsungan hidup perusahaan (Ratmono & Sagala, 2015). Menurut (Kusmiyatun & Ramdhani, 2009) pemerintah Indonesia telah mewajibkan pengungkapan corporate social responsibility yang dilakukan perusahaan didalam 39 mempertanggungjawabkan 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.

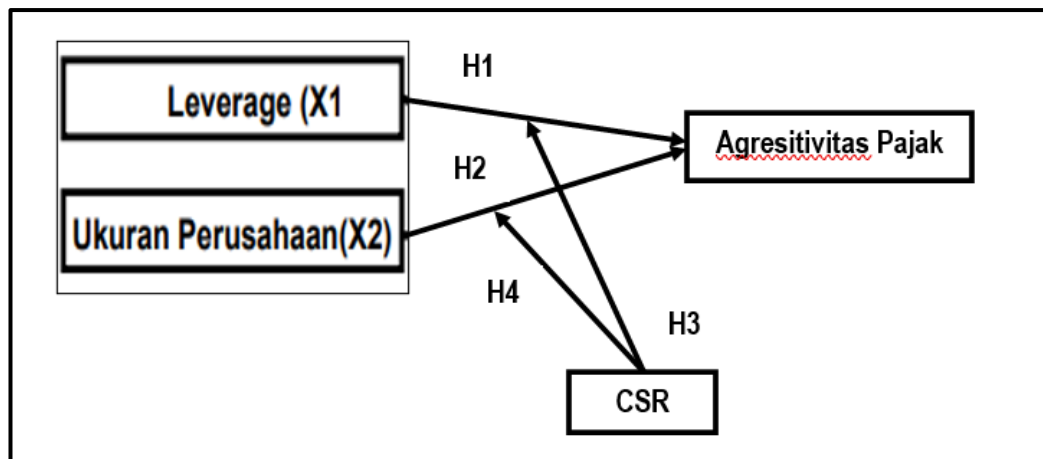
Karena Corporate Social Responsibility (CSR) berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan yang semakin peduli terhadap pentingnya CSR akan semakin sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat dan negara dimana pajak memberikan kontribusi terbesar bagi pendapatan negara. Agar perusahaan terhindar dari hal-hal yang dapat merugikan termasuk upaya melakukan kegiatan agresivitas pajak, maka perlu diterapkannya praktik tanggung jawab sosial yang tinggi yang diperoleh dari aktivitas CSR. Sejalan dengan Romdhon et al. (2021) bahwa CSR mampu memperlemah pengaruh baik leverage maupun ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR, akan memiliki transparansi dalam melaporkan keuangan dan tidak hanya beraktivitas untuk kepentingannya sendiri, melainkan juga untuk kepentingan para stakeholder.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini juga mengembangkan penelitian Diandra & Hidayat (2020) dan Romdhon et al. (2021) dengan menambahkan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif serta sumber data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu annual report yang diperoleh dari www.idx.co.id. Populasi pada penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin untuk mengetahui batas minimum sampel yang diperlukan dan dilanjutkan dengan penentuan kriteria menggunakan kuota sampling. Adapun penentuan kriteria yang dimaksud adalah sampel merupakan Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020 serta perusahaan konsisten melaporkan dan mempublikasikan laporan tahunan selama tahun 2018-2020. Berdasarkan Teknik purposive sampling diperoleh 66 data observasi untuk penelitian ini.

Sebelum pengujian model dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik yaitu normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi. Pengujian asumsi klasik bertujuan agar model memenuhi syarat model yang bersifat BLUE (Best, Linear, Unbias and Estimated). Selanjutnya, dilakukan pengujian moderated regression analysis (MRA) atau uji interaksi. Pengujian model regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 tahapan, yaitu uji simultan (Uji F) dan pengujian per individu atau parsial (Uji t). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.



Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

Gambar 1. Model Penelitian

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Agresivitas Pajak (Y)	Suatu tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk merekayasa laba kena pajak yang dimiliki perusahaan melalui perencanaan pajak baik dilakukan dengan cara legal (tax avoidance) maupun illegal (tax evasion) (Frank et al., 2009)	$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Penghasilan Laba Sebelum Pajak}}$
Leverage (X1)	Rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang (Sutama & Lisa, 2018)	$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$
Ukuran Perusahaan (X2)	Suatu pengukuran yang mengelompokkan skala besar kecil nya perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai hal, baik total aktiva nya maupun dari tingkat penjualannya, yang mana pengukuran ini merupakan gambaran dari aktivitas dan pendapatan perusahaan tersebut (Romdhon et al., 2021)	$\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$
Corporate Social Responsibility (Z)	CSR sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.	$\text{CSR}_{li} = \sum_{ni} X_{yi}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2020 merupakan objek yang digunakan dalam penelitian ini. Data sampel yang digunakan berjumlah 66 observasi. Data diolah menggunakan software SPSS version 22. Berikut hasil olah data dan analisis yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 2. Analisis Deskriptif

	Agresivitas Pajak	<i>Leverage</i>	Ukuran Perusahaan	CSR
Mean	0.256	0.416	23.350	0.087
St.Dev	0.041	0.188	6.084	0.021
Min	0.033	0.125	14.621	0.044
Max	0.313	0.741	32.745	0.131
N	66	66	66	66

Agresivitas pajak dengan jumlah sample (N) 66 memiliki nilai minimum sebesar 0,033 dan untuk nilai maximum sebesar 0,313. Nilai rata-rata (mean) agresivitas pajak sebesar 0,256 dan standar deviasinya sebesar 0,041 yang menunjukkan bahwa simpangan data dari standar deviasi memiliki relatif lebih kecil dari pada nilai rata-rata

Leverage dengan jumlah sample (N) 66 memiliki nilai minimum sebesar 0,125 dan untuk nilai maximum sebesar 0,741. Nilai rata-rata (mean) leverage sebesar 0,416 dan standar deviasinya sebesar 0,188 yang menunjukkan bahwa simpangan data dari standar deviasi memiliki relatif lebih kecil dari pada nilai rata-rata.

Ukuran perusahaan dengan jumlah sample (N) 66 memiliki nilai minimum sebesar 14.621 dan untuk nilai maximum sebesar 30,615. Nilai rata-rata (mean) leverage sebesar 23.350 dan standar deviasinya sebesar 6,084 yang menunjukkan bahwa simpangan data dari standar deviasi memiliki relatif lebih kecil dari pada nilai rata-rata.

Corporate social responsibility dengan jumlah sample (N) 66 memiliki nilai minimum sebesar 0,044 dan untuk nilai maximum sebesar 0,131. Nilai rata rata (mean) corporate social responsibility sebesar 0,087 dan standar deviasinya sebesar

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

0,021 yang menunjukkan bahwa simpangan data dari standar deviasi memiliki relatif lebih kecil dari pada nilai rata-rata.

Asumsi Klasik

Berdasarkan pengujian asumsi klasik yang dilakukan oleh peneliti (normalitas, heteroskedestisitas, multikolinearitas dan auto korelasi) menggunakan Software SPSS version 22 maka dapat disimpulkan seluruh data dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari dugaan asumsi klasik sehingga peneliti melanjutkan pengujian ke tahap analisis model yaitu analisis moderate regression analysis (MRA).

Tabel 3. Hasil *Moderate Regression Analysis* (MRA)

<i>a. Uji T (Uji Parsial)</i>				
<u>Variabel</u>	<u>B</u>	<u>Std. Error</u>	<u>t</u>	<u>Sig</u>
Const	0.220	0.017	12.899	0.000*
LEV	0.084	0.019	4.439	0.000*
SIZE	-0.001	0.000	-2.576	0.012*
CSR	-0.061	0.163	-0.374	0.034*
LEV*CSR	0.025	0.031	1.794	0.630
SIZE*CSR	0.031	0.031	1.983	0.029*

<i>b. Uji F (Uji Simultan)</i>				
	<u>Sum of Square</u>	<u>df</u>	<u>F</u>	<u>Sig</u>
Regression	0.025	5	8.500	0.00*
Residual	0.029	60		
Total	0.053	65		

<i>c. Koefisien Determinasi</i>				
<u>Model</u>	<u>R</u>	<u>R Square</u>	<u>Adj R Square</u>	<u>Std Error</u>
1	0.817	0.667	0.512	0.020176

* signifikan pada 0.05

Berdasarkan Tabel 3 yang disajikan maka dapat diperoleh analisis sebagai berikut :

Berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 8,500 dengan nilai sig sebesar 0,000. Dengan menghitung nilai F tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan $df_2 (n-k-1) df_2 = 66-3-1 = 62$ hasil diperoleh untuk $F_{hitung} > F_{tabel} (8,500 > 2,75)$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.. Leverage, ukuran perusahaan dan inventory intensity berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil Uji T untuk variabel leverage terhadap agresivitas pajak sebelum adanya variabel moderasi menghasilkan nilai statistik t hitung sebesar 4,439. Untuk nilai t tabel pada signifikansi 0,05 dengan $df (n-k) = 66 - 3 = 63$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,669. Jika dibandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} maka $t_{hitung} > t_{tabel} (4,439 > 1,669)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil Uji T untuk variabel ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak sebelum adanya variabel moderasi menghasilkan nilai statistik t hitung sebesar -2,576. Untuk nilai t tabel pada signifikansi 0,05 dengan $df (n-k) = 66 - 3 = 63$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,669. Jika dibandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} maka $t_{hitung} > t_{tabel} (-2,576 < -1,669)$ dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hasil Uji interaksi variabel Corporate Social Responsibility pada leverage terhadap agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi 0,630. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya lebih besar dari standar error ($0,630 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan Corporate Social Responsibility tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap agresivitas pajak, dengan demikian hipotesis 5 ditolak.

Berdasarkan hasil Uji interaksi variabel Corporate Social Responsibility pada ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak memiliki nilai signifikansi 0,029. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya lebih kecil dari standar error ($0,029 < 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa Corporate Social

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

Responsibility mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak, dengan demikian hipotesis 6 diterima.

Nilai Adjust R square yang diperoleh dalam model penelitian ini sebesar 0,512 atau 51,2%. Hal ini berarti variabel leverage, ukuran perusahaan, inventory intensity, dan CSR dapat menjelaskan 51,2% variabel agresivitas pajak. Sedangkan 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak

Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Leverage digunakan untuk menunjukkan besarnya utang perusahaan, semakin tinggi leverage maka akan semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan, meningkatnya jumlah pendanaan yang diperoleh dari hutang akan mengakibatkan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin tinggi memberikan pengaruh berkurangnya laba yang dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Perusahaan memanfaatkan hutang untuk meminimalkan beban pajak perusahaan bahkan cenderung mengarah pada tindakan agresivitas pajak. Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Rahmadani et al., (2020), Utama & Lisa (2018), Muliawati & Karyada (2020), Wulansari et al., (2020) & Putri et al., (2019) yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar perusahaan melakukan pinjaman untuk membiayai operasionalnya, semakin besar pula beban bunga yang harus dibayar dan dapat mengurangi laba perusahaan sehingga beban pajak yang harus dibayar akan berkurang, ini mengindikasikan perusahaan cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak.

Rasio leverage ini dapat mengukur sejauh mana besarnya modal pinjaman yang dilakukan oleh perusahaan, apabila pinjaman yang dimiliki oleh perusahaan berasal dari pihak ketiga maka semakin besar juga biaya bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan hal ini akan menyebabkan menurunnya laba perusahaan, sehingga beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan juga akan mengalami penurunan, akibatnya perusahaan akan semakin agresif terhadap pajak.

Selain itu, perusahaan dengan sumber dana pinjaman yang tinggi, akan membayar beban bunga yang tinggi pula kepada pihak kreditur, beban bunga yang tinggi itu akan mengurangi laba perusahaan sehingga beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan akan berkurang. Semakin tinggi leverage dalam suatu perusahaan maka beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan berkurang, sehingga langkah utang lebih dipilih oleh manajemen sebagai upaya menghindari beban pajak yang lebih besar (Romdhon et al., 2021).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Semakin besar aset yang dimiliki maka produktifitas perusahaan semakin meningkat pula. Dengan begitu, perusahaan akan menghasilkan laba yang semakin besar, akan tetapi aset akan mengalami penyusutan setiap tahunnya dan akan menimbulkan beban biaya penyusutan yang dapat mengurangi laba perusahaan nantinya akan mempengaruhi beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan (Zulaikha, 2019). Berkaitan dengan teori agensi menurut Wicaksono (2017) adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemerintah dimana manajer menginginkan perolehan laba yang besar dengan tarif pajak yang rendah sedangkan pemerintah menginginkan 44 pemasukan dari sektor pajak sesuai dengan regulasi pemerintah namun adanya celah yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak berupa regulasi pembayaran pajak yaitu adanya sistem pembayaran pajak dengan sistem self assessment system dimana perusahaan diberikan wewenang untuk mengelola dan melaporkan pajaknya sendiri. Meskipun adanya celah yang bisa dimanfaatkan, perusahaan besar akan selalu diawasi dan diperhatikan oleh pemerintah terutama mengenai masalah perpajakan maka dari itu perusahaan cenderung tidak melakukan upaya untuk melakukan agresivitas pajak.

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin besar perusahaan semakin kecil perusahaan melakukan upaya tindakan agresivitas pajak hal tersebut dikarenakan perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah terutama dalam hal perpajakan, sehingga perusahaan besar akan taat dan patuh terhadap peraturan pembayaran pajak, demi menjaga reputasi perusahaan dimata publik. Oleh karena itu perusahaan cenderung untuk tidak

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

melakukan tindakan agresivitas pajak. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Romdhon et al., (2021) dan Suryani (2021) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan besar akan menjadi perhatian pemerintah maupun publik sehingga perusahaan akan lebih hati-hati dalam hal melakukan manajemen perpajakan sehingga perusahaan cenderung enggan melakukan praktek agresivitas pajak.

Pengaruh Leverage Terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi

Hasil uji interaksi menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap agresivitas pajak. Semakin banyaknya jumlah pinjaman yang dimiliki oleh perusahaan kepada pihak ketiga akan meningkatnya beban bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan, tingkat leverage tinggi menyebabkan meningkatnya biaya bunga yang harus dibayar oleh perusahaan biaya tersebut nantinya akan mengurangi laba perusahaan dan menyebabkan turunnya beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan sehingga perusahaan akan semakin agresif terhadap pajak. Berkaitan dengan teori agensi, bahwa agen akan berusaha mengelola beban pajaknya agar tidak mengurangi pendapatan akibat dari menurunnya laba perusahaan oleh beban pajak. Artinya pihak agen akan cenderung melakukan upaya penghindaran pajak demi mempertahankan laba perusahaan. Akan tetapi perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak akan menyebabkan legitimasi perusahaan dapat terancam bahkan dapat menghilangkan kepercayaan investor yang menanamkan modal ke perusahaan. Dalam teori agensi pihak prinsipal memberikan wewenang kepada pihak manajemen untuk mengelola perusahaan, hal tersebut akan dimanfaatkan oleh pihak manajemen dalam mengelola beban pajak supaya dapat memaksimalkan perolehan laba akan tetapi hal tersebut akan berdampak pada hilangnya kepercayaan dari pihak principal bahkan dapat merusak legitimasi perusahaan dimata masyarakat maupun pemerintah, hal tersebut akan menurunkan nilai perusahaan itu sendiri.

Berkaitan dengan teori legitimasi kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada lingkungan sekitar, apabila perusahaan melanggar kontrak sosial maka kehidupan perusahaan akan terancam, maka tanggung jawab sosial diperlukan demi tercapainya nilai perusahaan. Perusahaan yang ingin mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari masyarakat, investor, konsumen maupun pemerintah. dalam menjalankan program CSR perusahaan memerlukan biaya. Biaya tersebut akan mengurangi laba perusahaan menyebabkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan berkurang. Akan tetapi pemerintah telah menetapkan UUD No 36 Tahun 2008 bahwa besarnya biaya yang digunakan untuk biaya program CSR dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk mengelola beban pajak yang diterima setiap periodenya, tanpa merusak legitimasi perusahaan yang memungkinkan perusahaan akan semakin agresif terhadap pajak. Hal tersebut mengindikasikan CSR tidak mampu memperlemah hubungan antara leverage terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2016).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi

Hasil uji interaksi menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan. Aset-aset tersebut nantinya akan mengalami penyusutan setiap tahunnya dan mengurangi perolehan laba akibat adanya biaya penyusutan tersebut. Dalam teori agensi pihak manajemen akan selalu berupaya untuk memperoleh laba semaksimal mungkin, kemungkinan pihak manajemen akan melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan keinginan pihak prinsipal yaitu dengan melakukan tindakan agresivitas pajak demi memaksimalkan perolehan laba perusahaan. Hal ini akan menimbulkan konflik atau perselisihan karena adanya perbedaan dalam pengambilan keputusan, bahkan dapat berisiko merusak reputasi perusahaan baik di mata masyarakat, investor maupun

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

pemerintah, karena perusahaan besar akan selalu menjadi sorotan terutama mengenai permasalahan perpajakan. Oleh karena itu perusahaan enggan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup maka perusahaan harus menjalankan kinerja yang sesuai dengan aturanyang dapat diterima oleh masyarakat, investor maupun pemerintah. Hal tersebut sejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan pihak institusi harus mempunyai kinerja ataupun tanggung jawab sosial yang sesuai dengan aturan-aturan agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan terutama hal yang menyangkut masalah penghindaran pajak yang dapat menurunkan nilai perusahaan, karena perusahaan memiliki kontak dengan lingkungan sekitar baik dengan masyarakat, pihak investor maupun pemerintah. Dengan melaksanakan program CSR akan meningkatkan legitimasi perusahaan sehingga akan menambah nilai perusahaan itu sendiri dan terhindar dari tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut mengindikasikan adanya peran CSR dalam memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Romdhon et al., (2021) bahwa Corporate Social Responsibility mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Karena dengan pengungkapan CSR yang lebih besar akan mengurangi political cost sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh sebab itu semakin besar pengungkapan CSR maka perusahaan akan semakin transparan dalam melaporkan informasi keuangan sehingga perusahaan akan memenuhi kewajiban terutama dalam hal perpajakan. Hal tersebut menunjukkan adanya peran CSR dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

SIMPULAN

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan inventory intensity terhadap agresivitas pajak dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018- 2020. Berdasarkan hasil pengujian

penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut: (1) Leverage, ukuran perusahaan, dan inventory intensity berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti bahwa penggunaan prediktor Leverage, ukuran perusahaan, dan inventory intensity secara bersama-sama dapat menjelaskan agresivitas pajak. (2) Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat hutang perusahaan maka akan semakin tinggi perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak. Tinggi nya leverage akan menimbulkan agresivitas pajak semakin meningkat, karena semakin tinggi leverage maka perusahaan menanggung beban bunga atas pinjaman yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan operasionalnya, sehingga beban tersebut dapat mengurangi laba perusahaan dan dapat menurunkan beban pajak perusahaan. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan, semakin kecil perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang berukuran besar akan selalu diperhatikan oleh stakeholder maupun pemerintah untuk memenuhi peraturan dan ketentuan dalam hal perpajakan. Apabila perusahaan tersebut melakukan tindakan agresif terhadap pajak, perusahaan tersebut akan memiliki dampak negatif di pandangan masyarakat, pemerintah ataupun investor. Dengan adanya pengungkapan CSR tersebut perusahaan akan selalu transparan dalam melaporkan keuangan perusahaan, hal ini dilakukan agar perusahaan memiliki citra positif di pandangan investor maupun masyarakat. (4) Corporate social responsibility tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan CSR, semakin besar pula celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk mengurangi beban pajak karena adanya regulasi pemerintah yaitu UUD No 3 Tahun 2008 bahwa biaya program CSR dapat dikurangkan dengan penghasilan bruto sehingga perusahaan akan semakin agresif terhadap pajak. Dengan kata lain CSR tidak mampu memperlemah pengaruh hubungan leverage terhadap agresivitas pajak. (5) Corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan CSR maka semakin besar pula sikap patuhnya terhadap kewajiban membayar pajak

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

karena perusahaan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi sehingga perusahaan akan lebih transparan dalam melaporkan keuangan, karena perusahaan besar akan selalu diawasi dan menjadi sorotan pemerintah terutama dalam hal perpajakan. Hal tersebut mencerminkan adanya peran CSR dalam memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

DAFTAR PUSTAKA

- Adisamartha, I. B. P. F., & Noviari, N. (2015). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Intensitas Persediaan dan Intensitas Aset tetap pada tingkat agresivitas Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13, 973–1000
- Andhari, P. A. S., & Sukartha, I. M. (2017). Pengaruh Manajemen Laba Dan Rasio Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(1), 017.
- Anindyka, D., Pratomo, D., & Kurnia. (2018). Pengaruh Leverage (DAR), Capital Intensity, dan Inventory Intensity terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011- 2015). *E-Proceeding of Management*, 5(1), 713–719.
- Dewi, I. C. (2016). Profitabilitas , Leverage , Agresivitas Pajak : Pengungkapan Csr Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis Profitabilitas*, 38–49.
- Diandra, S. M., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Beban Iklan Dan Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 188–202.
- Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. K. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1*. Airlangga University Press, 27, 13-15 (159).
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *Accounting Review*, 84(2), 467–496.

- Islami, W., Syafitri, Y., & Meyla, N. D. (2021). Pengaruh Inventory Intensity, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2018). *Jurnal Pareso*, 3(4), 775–788.
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 203–224.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>
- Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 301.
<https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4174>
- Kumalasari, D., & Wahyudin, A. (2020). Pengaruh Leverage dan Intensitas Modal terhadap Effective Tax Rate (ETR) Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 1(2), 53–66.
- Hidayat, A. T., & Fitria, E. F. (2018). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Eksis*, 13(2), 157–168.
- Hidayati, F., Kusbandiyah, A., Pramono, H., & Pandansari, T. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Ratio : Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 2(1), 25–35.
- Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 301.

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

- Maulana, I. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 13–20.
- Muliawati, I. A. P. Y., & Karyada, I. P. F. (2020). Pengaruh Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industry Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 2016, 16–31.
- Mulyadi, A. B., Su'un, M., & Sari, R. (2021). Pengaruh Kepemilikan Keluarga Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 1–22.
- Pratama, A. D., & Larasati, A. Y. (2021). Pengaruh Transfer Pricing Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 15(2), 497–516.
- Putri, C. L., & Lautania, M. F. (2016). Pengaruh Capital Intensity Ratio, Inventory Intensity Ratio, Ownership Structure dan Profitability Terhadap Effective Tax Rate (ETR) (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(1), 101–119
- Putri, P. Y. A., Dewi, Dewi, I. G. A. R. P., & Idawati, P. D. P. (2019). Pengaruh Kualitas Audit Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 148–160.
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak. *IV*, 16–30
- Rahmadani, Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Manajemen Laba terhadap Penghindaran Pajak

- Dimoderasi oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375–392.
- Romdhon, M., Kartiko, E., & Nurjamilah, S. (2021). Pengaruh Firm Size Dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2), 107.
- Suryani, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Kualitas Audit Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 19.
- Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1).
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 21–39.
- Widya, A., Yulianti, E., Oktapiani, M., Jannah, M., & Prasetya, E. R. (2020). Pengaruh Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Universitas Pamulang*, 1(1), 89–99
- Windaswari, K. A., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Pengaruh Koneksi Politik, Capital Intensity, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1980.
- Wulansari, T. A., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2020). Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), 69–76.
- Yuliana, I. F., & Wahyudi, D. (2018). Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa

Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi

Doni Mawardiana¹, Siti Nuke Nurfatimah², Dadang Suhendar³

Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 7(2), 105–120