

Pengaruh *Leverage, Sales Growth, Dan Corporate Social Responsibility, Terhadap Tax Aggressiveness*

I Dewa Gede Sathya Gunawan⁽¹⁾

I Putu Deddy Samtika Putra⁽²⁾

I Wayan Budi Satriya⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
 e-mail: dewasathya7@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia's government relies heavily on its income from tax. Although the country's tax-to-GDP ratio is still lower than that of many other Asia-Pacific countries. This low percentage shows that corporate tax aggressiveness is a contributing factor to the low tax collection. When companies use mix of lawful and unlawful tax strategies to reduce all of the amount of taxes they owe, it might be perceived as tax aggressiveness. The goal of this study is to examine the relationship between tax aggression and variables including debts ratio, the value of the sales growth, and the value of the corporate social responsibility (CSR) for energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange in period 2021 to 2023. A quantitative research method was used, with a purposive sampling. We ran a multivariate linear regression on the data. Tax aggression is significantly and negatively affected by corporate social responsibility, but positively affected by sales growth and leverage. These results suggest the need for stricter oversight of corporate financing structures and sales growth within the energy sector, as these factors may contribute to aggressive tax practices. Accordingly, the government and tax authorities are encouraged to formulate policies that promote fiscal transparency.

Keywords: Tax Aggressiveness, Leverage, Sales Growth, Energy, Corporate Social Responsibility,

PENDAHULUAN

Sistem pajak ialah pembuat pendapatan krusial bagi pemerintah serta mempunyai akibat signifikan terhadap pembiayaan pembangunan nasional. Pajak menyumbang sekitar 78% hingga 80% asal total pendapatan negara (nomor aturan Negara 2019–2023) (Khoirunnisa, 2024). Namun demikian, jika dibandingkan dengan negara-negara Asia-Pasifik lainnya, rasio pajak terhadap PDB Indonesia pada tahun 2022 hanya mencapai 10,9% pada tahun 2022 jauh lebih rendah dari yang direkomendasi oleh OECD sebagai negara dengan status negara berkembang. Strategi penghindaran pajak yang bersifat agresif dari korporasi adalah faktor yg bisa berkontribusi terhadap buruknya kinerja pengumpulan pajak, mirip yg terlihat berasal rendahnya rasio pajak.

Menurut Diatmika dan Sukartha (2019) dan Bulutoding dkk. 2020), sebuah entitas atau perusahaan dicap melakukan praktik penghindaran pajak yg bersifat proaktif, andai kata ia memakai cara sah juga cara tak resmi, ataupun cara yg melanggar hukum buat menekan kewajiban pajaknya. Sebuah perusahaan menilai kalau pajak dianggap sebagai beban yang dapat mengurangi

keuntungan akhir, sehingga entitas suatu perusahaan melakukan strategi untuk penghindaran pajak (Suhardjo, 2022). Dalam bisnis energi, ini adalah praktik yang umum. menjadi contoh pemodelan, PT Adaro Energy Tbk. Pernah ditautkan menggunakan sangkaan praktek peralihan kewajiban pajak. perusahaan yg dimaksud mengalihkan beban pajak ke anak perusahaannya yg berposisi pada negara Singapura antara tahun 2009 serta 2017, yg dimana ini menyebabkan negara merugi sampai USD 125 juta (Global Witness, 2019). Kasus lain diungkap Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) terkait dugaan praktik transfer pricing pada ekspor bijih nikel yang menyebabkan kerugian negara lebih dari Rp575 miliar (Bisnis.com, 2023).

Dipercaya bahwa *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan CSR adalah tiga substansi yang menggerakkan arah pola suatu perusahaan untuk berpihak agresif terkait pajak. Bunga utang adalah pos tetap yang dapat menurunkan pendapatan kena pajak, yang berarti bahwa leverage dapat memberikan potensi penghematan pajak (Rahmawati & Jaeni, 2022). Adanya kenaikan kinerja perusahaan menyebabkan kenaikan pendapatan, serta pula selaras dengan kenaikan pajak yg ditanggung sebagai akibatnya perusahaan berpotensi memakai seni manajemen penghindaran pajak (Satyawan & Susanti, 2020). Pararel akan dari hal itu, aplikasi CSR diposisikan menjadi instrumen yang meneguhkan penerimaan sosial terhadap perusahaan. sejumlah kajian mengindikasikan prihal perusahaan yang banyak menuturkan tentang upaya CSR mereka kiranya menyembunyikan kebijakan yang “agresif” terhadap pajak mereka, kendati demikian, masih ada penelitian yang buah hasilnya beragam.

Secara konseptual, penelitian ini menghadirkan hasil temuan empiris terkait determinan yang memengaruhi perilaku agresif dalam pengelolaan pajak, sehingga memperkaya wawasan literatur di bidang akuntansi perpajakan. Perusahaan bisa menggunakannya menjadi pedoman buat mempertinggi rapikan kelola fiskal serta transparansi. Pemerintah ataupun otoritas pajak dapat memanfaatkannya guna membuat aturan pengawasan yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan buat menganalisis imbas *leverage*, *sales growth*, dan CSR terhadap *tax aggressiveness* dalam lingkup korporasi sektor energi yang tercatat sebagai emiten di Bursa Efek Indonesia sepanjang periode 2021–2023.

KAJIAN PUSTAKA

Agresivitas pajak adalah fenomena yang memerlukan kajian teori dan penelitian sebelumnya, di samping fokus pada operasional perusahaan. Teori akuntansi dan perilaku memberikan landasan untuk menjelaskan mengapa perusahaan terdorong melakukan strategi

agresif dalam perpajakan. Namun, ketika menelaah faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak, Temuan dari penelitian terdahulu memaparkan adanya perbedaan hasil. oleh karena itu, kerangka konseptual pada kajian ini dibangun sesuai teori-teori yang sinkron dan temuan riset terdahulu, sehingga bagian tinjauan pustaka berfungsi menyajikan uraian menyeluruh sebagai kerangka acuan.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Menurut Theory of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991), orang bertindak sesuai dengan niat mereka. TPB dapat memberikan wawasan tentang kebiasaan wajib pajak dalam kerangka pajak. Wajib pajak lebih cenderung terlibat dalam aktivitas pajak yang agresif jika mereka memiliki kecenderungan oportunistik. Disisi lain, wajib pajak dengan sikap patuh akan melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik.

Leverage

Leverage merupakan penggunaan dana utang dalam membiayai aset perusahaan (Sudarmadji & Sularto, 2007). Karena pemanfaatan utang memungkinkan perusahaan menekan kewajiban pajak melalui pengeluaran bunga, sehingga tingkat leverage akan bertambah seiring dengan meningkatnya proporsi pinjaman yang ditanggung perusahaan (Rahmawati & Jaeni, 2022). Hilda dkk. (2024) mengungkapkan bahwa leverage memiliki efek positif yang besar, bertentangan dengan Rahmawati dan Jaeni (2022) dimana dikemukakan kalau hal itu berdampak negatif terhadap agresivitas pajak. Sehingga, berikut yang dapat disimpulkan:

H1: *Leverage* Berpengaruh Positif Terhadap *Tax Aggressiveness*.

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan ialah Indikator yang menunjukkan besaran penjualan perusahaan meningkat atau menurun dari periode sebelumnya. Ketika penjualan meroket, pemerintah meraup lebih banyak pajak. asal sudut pandang bisnis komersial dalam keadaan ini pajak dipandang sebagai beban. Penelitian terdahulu menemukan hasil yang berbeda-beda. Dini Anriani (2024) serta Oktamawati (2017) menunjukkan pengaruh positif signifikan, sedangkan Rahmi (2024) Ditemukan bahwa agresivitas pajak tidak terpengaruh oleh pertumbuhan penjualan. Akibatnya, penelitian ini memperkuat hipotesis berikut:

H2: *Sales Growth* Berpengaruh Positif Terhadap *Tax Aggressiveness*.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Korporasi dengan lantang mengklaim diri seolah-olah berkomitmen pada CSR, padahal yang mereka lakukan hanyalah menjejalkan janji bombastis untuk “memberi manfaat” bagi lingkungan dan masyarakat secara berkesinambungan (WBCSD, 2021), sebuah retorika yang lebih mirip propaganda daripada bukti nyata. Hubungan CSR dengan agresivitas pajak masih menunjukkan hasil penelitian yang tidak konsisten. Zulia & Jihan (2022) menemukan CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena dana CSR digunakan sebagai pengurang beban pajak. Sebaliknya, penelitian Hidayat (2016) serta Agustina & Hakim (2021) menyatakan CSR berpengaruh negatif, dimana semakin banyak dan lengkap pengungkapan CSR alhasil semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Dengan merujuk teori legitimasi (Lanis & Richardson, 2012), perusahaan secara brutal mengeksploitasi CSR bukan sebatas sebagai topeng manis, melainkan sebagai senjata licik untuk menutupi praktik pajak agresif mereka, sambil memaksa publik menerima legitimasi palsu. Oleh karenanya, sasaran penelitian yang dimaksud secara tegas menghantam pada perumusan hipotesis berikut:

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*.

Tax Aggressiveness

Tax aggressiveness strategy ialah strategi yang mencerminkan taktik korporasi dalam hal menekan pajak baik dngan melalui mekanisme penghindaran pajak yang sah secara hukum maupun yang melanggar ketentuan hukum seperti halnya perilaku *tax evation* (Diatmika & Sukartha, 2019). Meskipun strategi ini meningkatkan laba perusahaan, namun merugikan kas pemerintah (Ayem et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Peneliti dalam studi ini secara garang menancapkan pendekatan asosiatif kausal lewat analisis kuantitatif yang keras dan tanpa kompromi. Sejalan dengan itu, tujuan penelitian ini dipaksa maju untuk menggunakan metode tersebut sebagai senjata utama membongkar hubungan antar variabel, sementara teknik kuantitatif dipaksa bekerja keras sebagai mesin penghancur keraguan.

Studi ini mencakup keseluruhan daftar BEI tahun 2021–2023 untuk perusahaan-perusahaan yang terkait dengan energi. Perusahaan yang bergerak pada industri energi yang tercatat sebagai emiten di BEI sepanjang tahun 2021 hingga 2023, perusahaan yang merilis laporan tahunan lengkap dan laporan keberlanjutan selama periode tersebut, dan perusahaan dengan data yang berkaitan dengan variabel penelitian leverage, pertumbuhan penjualan, CSR, dan pajak penghasilan. Hasil seleksi menghasilkan 36 perusahaan, yang memberikan total 108 data

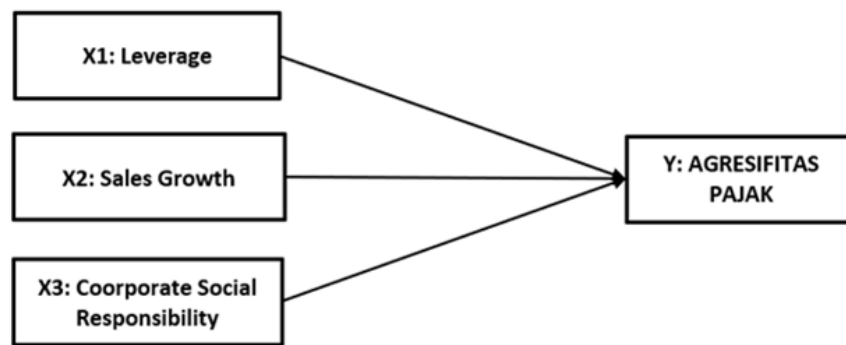
observasi. Setelah dikeluarkan 21 outlier berdasarkan distribusi residual, sebanyak 87 data akhir dianalisis.

Variabel Penelitian

Agresivitas pajak mengacu pada kecenderungan perusahaan untuk berpartisipasi dalam taktik penghindaran pajak, terlepas dari legitimasi taktik tersebut (Diatmika & Sukartha, 2019). Seberapa agresif suatu bisnis mencoba menurunkan kewajibannya merupakan ukuran agresivitas pajaknya.

Variabel independen terdiri dari tiga faktor. Pertama, *leverage*, Seberapa besar utang yang dimiliki suatu korporasi dalam struktur keuangannya ditunjukkan oleh hal ini. Perusahaan dengan beban utang banyak, berkecenderungan memiliki motivasi untuk meminimalkan kewajiban pajaknya dengan membayar bunga atas kredit tersebut, yang dimana beban bunga yang timbul akan meredam laba kena pajak (Jaeni, 2022). Kedua, Perusahaan mengalami peningkatan pendapatan tahunan yang ditegaskan oleh pertumbuhan penjualan yang pesat. Ledakan penjualan ini mendorong perusahaan dengan sigap untuk segera merancang langkah-langkah kejam demi memangkas kewajiban pajaknya seminimal mungkin (Ningsih & Noviari, 2022). Ketiga, tanggung jawab sosial perusahaan, atau tindakan mengungkapkan kewajiban bisnis kepada publik dan alam. CSR sering dikaitkan dengan legitimasi perusahaan di mata publik, sehingga pengungkapannya dapat menjadi strategi untuk menutupi praktik agresivitas pajak atau sebaliknya menunjukkan kepatuhan fiskal (Lanis & Richardson, 2012).

Perusahaan-perusahaan di industri energi yang laporan tahunan atau laporan keberlanjutannya dipublikasikan di IDX atau situs web bisnis mereka disurvei untuk mendapatkan data sekunder. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang terbukti reliabel, netral, tersedia secara umum, serta memiliki keterkaitan dengan topik (Indriantoro & Supomo, 2018). Rancangan studi ini mengkaji tentang bagaimana keterkaitan perilaku agresivitas pajak yang dipengaruhi oleh *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan CSR. Berikut adalah penjelasan tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.138	.037		3.700	<.001
Leverage	.422	.070	.508	6.024	<.001
Sales Growth	.035	.009	.331	3.816	<.001
CSR	-.192	.056	-.298	-3.447	<.001

a. Dependent Variable: Tax Aggressiveness

Referensi: Hasil pengolahan data (2025)

$$\text{Tax Aggressiveness} = 0,138 + 0,422 \text{ Leverage} + 0,035 \text{ Sales Growth} + -0,192 \text{ CSR}$$

Y : tax aggressiveness

α : (konstanta 0,138) nilai *Tax Aggressiveness* yang ditafsirkan kala *Leverage*, *Sales Growth*, dan CSR semuanya bernilai nol. Dengan kata lain, ini adalah nilai awal sebelum variabel independen memberikan pengaruh apa pun.

β_1 : (*leverage* 0,422) Koefisien ini adalah koefisien positif menandakan yakni leverage dan praktik agresivitas pajak pergeserannya selaras baik tinggi maupun rendahnya. Setiap kenaikan 1 unit *Leverage* meningkatkan *Tax Aggressiveness* sebesar 0,422 poin, asumsi variabel lain konstan.

β_2 : (*sales growth* 0,035) Koefisien positif tapi kecil. Keagresifan Pajak meningkat sebesar 0,035 poin untuk setiap peningkatan satu unit dalam pertumbuhan penjualan.

β_3 : (CSR -0192) Koefisien negatif menunjukkan hubungan berlawanan. Tingkat keterbukaan maupun penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang kian besar berkorelasi terbalik dengan kecenderungan perilaku pajak yang agresif. Setiap kenaikan 1 unit CSR menurunkan *Tax Aggressiveness* sebesar 0,192 poin.

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.400	.12313

a. Predictors: (Constant), CSR, Leverage, Sales Growth

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi sebagai ukuran untuk menunjukkan sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat. Koefisien determinasi Adjusted R-Square digunakan karena jumlah variabel yang disertakan dalam penelitian ini. Hubungan yang hampir sempurna antara variabel independen dan dependen ditunjukkan oleh nilai R^2 yang mendekati 1. Nilai R^2 yang jatuh di bawah ambang 0,5 merefleksikan lemahnya daya jelaskan variabel independen terhadap variabel dependen, menurut Ghozali (2011). Dengan nilai Adjusted R-Square sebesar 0,400, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel dependen menyumbang 40% dari variabel independen dan faktor atau variabel lain menyumbang 60% sisanya.

Tabel 3 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.916	3	.305	20.139	<.001 ^b
Residual	1.258	83	.015		
Total	2.174	86			

a. Dependent Variable: *Tax Aggressiveness*

b. Predictors: (Constant), CSR, Leverage, Sales Growth

Sebagai contoh, tingkat signifikansi yang dipilih lebih rendah daripada nilai F yang dihitung dari ANOVA atau uji F. batas yg digunakan nilai tabel F adalah 5%. Parameter k merepresentasikan jumlah variabel, sedangkan menunjukkan total responden. Derajat kebebasan kemudian dihitung sebagai k dikurangi 1 dan n dikurangi k, kondisi pengujian berikut digunakan:

1. “Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.”

SIMPULAN DAN SARAN

Melalui analisis empiris dan hipotesis, bahwa ditemukan struktur utang, laju pertumbuhan penjualan, serta gerakan tanggung jawab sosial perusahaan bertindak sebagai faktor yg memengaruhi perilaku agresif dalam kewajiban perpajakan.

Pertama, studi memaparkan jikalau *leverage* memiliki dampak substansial dan menguntungkan pada agresivitas pajak. Ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan banyak utang mungkin lebih mudah mengurangi tagihan pajak mereka melalui bunga pinjaman. Rasio leverage dari struktur keuangan perusahaan merupakan indikator yang baik dari kapasitasnya untuk menggunakan strategi penghindaran pajak yang agresif. cara ini ditafsir sebagai taktik manajemen untuk menghemat *spending cost* atau pengurangan beban finansial, tetapi dapat merusak citra perusahaan dan kepatuhan pajak.

Kedua, *tax aggressiveness* dipengaruhi positif signifikan oleh *sales growth*. Arus kas bebas, diartikan sebagai akumulasi dana yang tersisa usai perusahaan menutup biaya operasional dan pengeluaran modal, condong meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualan. Lebih banyak modal memungkinkan bisnis lebih leluasa untuk berinvestasi di bidang-bidang yang berpotensi meningkatkan nilai mereka, di antara tujuan strategis lainnya. korporasi pada keadaan ini cenderung agresif akan pajak karena mereka berkeinginan meminimalkan pembayaran pajak dan memakai dana tersebut untuk sesuatu yang menurut mereka akan lebih produktif secara ekonomi.

Temuan menunjukan adanya korelasi negatif yang kuat dan signifikan antara praktek CSR dengan tingkat agresivitas pajak. Kami mengabaikan hasil ini karena melanggar premis utama yang diberikan dalam penelitian. Namun, hasil ini menguatkan penelitian sebelumnya oleh Shinta Budiati (2016) dan Tri Agustina dan Mohamad Zulman Hakim (2021). Menurut konsep budaya perusahaan, korporasi yang beretika tidak turut dalam praktik tidak etis. Perusahaan dengan performa CSR yang baik umumnya dilengkapi dengan kesadaran sosial yang tinggi dan berusaha mengawal pamor serta kredibilitas publik. Karenanya, emiten perusahaan lebih memilih untuk patuh dalam kewajiban pajaknya sebagai unsur komitmen sosialnya.

Hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang beberapa faktor internal yang memengaruhi agresivitas pajak. Ketika tiba waktunya untuk mengembangkan teknik dan peraturan

pengawasan pajak yang lebih efisien, para pemangku kepentingan termasuk regulator, pembuat undang-undang, dan manajemen perusahaan dapat melihat hasil ini sebagai referensi. Selain itu, organisasi dapat menggunakan data ini juga Menjadi acuan untuk mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan melalui integrasi antara visi perusahaan dan komitmen sosial.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211.
- Agustina, D. & Hakim, M. 2021. Pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(2), pp. 345–356.
- Ayem, S., Harjono, A. & Fatmawati, R. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(1), pp. 13–25.
- Bisnis.com. 2023. KPK ungkap dugaan praktik transfer pricing ekspor nikel. [Online] Available at: <https://www.bisnis.com> [Accessed 10 September 2025].
- Bulutoding, L., Putri, N. & Ali, H. 2020. Tax avoidance dan tax evasion dalam praktik perpajakan. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 7(2), pp. 112–123.
- Diatmika, I.P.G. & Sukartha, I.M. 2019. Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(1), pp. 215–240.
- Frank, M.M., Lynch, L.J. & Rego, S.O. 2009. Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *The Accounting Review*, 84(2), pp. 467–496.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Witness. 2019. Taxing Times for Adaro: How Indonesian coal giant games the system. London: Global Witness Report.
- Haniffa, R., Cooke, T. & Hudaib, M. 2005. Corporate social reporting disclosure: Evidence from Malaysia. *Accounting and Business Research*, 35(2), pp. 123–148.
- Hidayat, M.A. 2016. Pengaruh corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 13(2), pp. 189–204.
- Hilda, A., Prasetyo, Y. & Dwi, R. 2024. Leverage dan agresivitas pajak perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 19(1), pp. 55–66.
- Indriantoro, N. & Supomo, B. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khoirunnisa, F. 2024. Kontribusi pajak terhadap APBN Indonesia 2019–2023. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(1), pp. 77–89.
- Lanis, R. & Richardson, G. 2012. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), pp. 86–108.
- Ningsih, P. & Noviani, N. 2022. Pengaruh sales growth terhadap agresivitas pajak perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 32(3), pp. 855–870.
- OECD. 2022. Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2022. Paris: OECD Publishing.
- Rahmawati, E. & Jaeni, J. 2022. Pengaruh leverage terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 7(1), pp. 1–10.
- Rahmi, H. 2024. Pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak: Studi pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 15(2), pp. 221–235.
- Sudarmadji, A. & Sularto, L. 2007. Pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan praktik corporate governance terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(2), pp. 161–178.

- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjo, S. 2022. Manajemen pajak dalam perusahaan modern. Jurnal Ilmu Akuntansi Indonesia, 19(1), pp. 33–45.
- Susanti, P. & Satyawan, M. 2020. Pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak perusahaan. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 20(1), pp. 45–58.
- WBCSD. 2021. Corporate Social Responsibility Report Guidelines. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.
- Zulia, H. & Jihan, R. 2022. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak perusahaan. Jurnal Akuntansi, Auditing dan Sistem Informasi Akuntansi, 6(1), pp. 72–82.