

## ABSTRAK

Permatasari, Dian 2024. Pengaruh Koneksi Politik terhadap Agresivitas Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Tahun 2019-2023. Skripsi. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (1) M. Agus Sudrajat, S.E., M.Si., CSRS., (2) Heidy Paramitha Devi, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh koneksi politik terhadap agresivitas pajak dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi makanan dan minuman tahun 2019-2023. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 yang diunduh melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampel jenuh* sehingga diperoleh 95 perusahaan dengan 5 tahun penelitian, sehingga menghasilkan sampel akhir sejumlah 475 sampel perusahaan. Teknik analisis data menggunakan *moderate regression analysis* (MRA). Data dioalah menggunakan IBM SPSS *Statistic* v.24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koneksi politik tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, *corporate social responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh koneksi politik terhadap agresivitas pajak.

**Kata Kunci** : Koneksi Politik, Agresivitas Pajak, *Corporate Social Responsibility*

## ABSTRACT

The Effect of Political Connections towards Tax Aggressiveness with Corporate Social Responsibility (CSR) as a Moderating Variable in Food and Beverage Consumer Goods Manufacturing Companies in the 2019-2023 Period.

This study aimed to determine the effect of political connections towards tax aggressiveness with corporate social responsibility (CSR) as a moderating variable in food and beverage consumer goods manufacturing companies in 2019-2023 period. The data used were secondary data in the form of financial reports of food and beverage consumer goods manufacturing companies listed on the IDX from 2019 to 2023 which were downloaded via the website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The population of this study was all food and beverage consumer goods manufacturing companies registered in Indonesia. The sampling technique used the saturated sampling method, so 95 companies are obtained with 5 years of research, resulting in a final sample of 475 company samples. The data analysis technique used moderate regression analysis (MRA). The data was processed using IBM SPSS Statistics v.24. The results of the study indicate that political connections do not affect tax aggressiveness, corporate social responsibility (CSR) is unable to moderate the influence of political connections towards tax aggressiveness.

**Keywords** : Political Connections, Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility.