

## PENGARUH PROFITABILITAS, CAPITAL INTENSITY, UKURAN PERUSAHAAN, DAN SALES GROWTH TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Nabila Shafa Putri Rosadani<sup>1)</sup>, Sartika Wulandari<sup>2)</sup>.

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomika dan bisnis, Universitas Stikubank

email: [nabilashafaputrirosadani@mhs.unisbank.ac.id](mailto:nabilashafaputrirosadani@mhs.unisbank.ac.id) dan [sartika\\_wulan@edu.unisbank.ac.id](mailto:sartika_wulan@edu.unisbank.ac.id)

### Abstrak

*Agresivitas pajak merupakan salah satu tindakan yang pastinya akan menyebabkan kerugian negara dikarenakan akan berimbas kepada penurunan pendapatan negara. Rasio pajak Indonesia dibandingkan dengan rasio pajak negara Asosiasi of South East Asian Nations (ASEAN) sangatlah rendah selalu ada di bawah rasio 15%, pada tahun 2022 rasio pajak Indonesia ada pada angka 11%, pemerintah mengharapkan rasio pajak Indonesia berada di angka 15%. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh agresivitas pajak terhadap profitabilitas, capital intensity, ukuran perusahaan, dan sales growth pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018-2021. Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 71 Perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI menggunakan teknik purposif sampling dan di peroleh 132 sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data panel dengan bantuan alat eviews9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin besar laba perusahaan akan semakin besar pula profitabilitas yang dimiliki sebuah perusahaan, dan akan berdampak kepada pembayaran pajak yang lebih besar, sehingga akan mempengaruhi tindakan agresivitas pajak perusahaan. Capital intensity berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin besar perusahaan dalam menginvestasikan dananya dalam bentuk aset tetap maka akan semakin pula beban depresiasinya sehingga akan mengurangi laba perusahaan, dan hal tersebut menjadi salah satu faktor tindakan agresivitas pajak. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aset yang besar, dari aset tersebut akan memunculkan beban depresiasi yang akan mengurangi laba perusahaan, dan hal tersebut menjadi salah satu faktor tindakan agresivitas pajak. Sales growth berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Tingkat penjualan yang relatif lebih besar dan diiringi dengan kenaikan pendapatan akan membuat perusahaan mampu untuk membayarkan beban pajaknya.*

**Kata Kunci:** *Agresivitas pajak, Capital intensity, Profitabilitas, Sales growth, Ukuran perusahaan.*

### Abstract

*Tax aggressiveness is one of the actions that will certainly cause state losses because it will impact on a decrease in state revenues. Indonesia's tax ratio compared to the ratio of the Association of South East Asian Nations (ASEAN) countries is very low, always below the 15% ratio, in 2022 Indonesia's tax ratio is at 11%, the government expects Indonesia's tax ratio to be at 15%. The aim of this study was to examine the effect of tax aggressiveness on profitability, capital intensity, company size, and sales growth in consumer goods manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018-2021 period. The population in this study were 71 consumer goods companies listed on the IDX using a purposive sampling technique and 132 samples were obtained. This study uses panel data analysis techniques with the help of the eviews9 tool. The results showed that Profitability has a significant positive effect on tax aggressiveness. The greater the company's profit, the greater the profitability of a company, and will have an impact on greater tax payments, so that it will affect corporate tax aggressiveness. Capital intensity has a significant positive effect on tax aggressiveness. The greater the company invests its funds in the form of fixed assets, the more depreciation will be incurred so that it will reduce company profits, and this becomes one of the factors of tax aggressiveness. Firm size has a significant positive effect on tax aggressiveness. Large companies usually have large assets, these assets will generate depreciation expenses which will reduce company profits, and this becomes one of the factors for tax aggressiveness. Sales growth has a significant negative effect on tax aggressiveness. A relatively higher level of sales and accompanied by an increase in revenue will enable the company to pay its tax burden*

**Keywords:** *Tax aggressiveness, Capital intensity, Profitability, Sales Growth, Company Size.*

## 1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu kewajiban yang harus dibayarkan oleh wajib pajak badan ataupun pribadi. Kewajiban untuk pembayaran pajak telah diatur dalam UU no 36 tahun 2008, pasal 2 (1). Perusahaan sebagai wajib pajak berkewajiban untuk membayarkan pajaknya. Pajak merupakan sumber pendapatan negara terbesar bahkan pada tahun 2021 penerimaan sebesar 1,733,042.80 triliun Sedangkan penerimaan pajak sebesar 1,375,832.70 triliun yang artinya pajak menyumbang 79,39 % dari total pendapatan negara.(BPS, 2022). Namun walaupun sektor pajak menjadi penyumbang besar dan berperan penting dalam pendapatan negara ternyata rasio Pajak Indonesia pada tahun 2018 -2021 selalu ada di bawah rasio 15%, rasio pajak tertinggi diperoleh pada tahun 2018 sebesar 10,24% namun pada tahun 2019 rasio pajak di Indonesia mengalami penurunan pada angka 9,77% dan rasio terendah adalah pada tahun 2020 dengan rasio 8,33% angka tersebut sangatlah rendah dibandingkan pada saat awal pandemic covid 19, namun pada tahun 2021 rasio pajak di Indonesia mengalami peningkatan mejadi 9,11% (databox.co.id, 2022). Karena pajak merupakan salah satu penyumbang terbesar pemasukan negara dan itu merupakan salah satu hal yang dapat membantu pembangunan negara maka pemerintah terus berusaha untuk meningkatkan penerimaan dari sector tersebut.

Namun pelaksana pemungutan pajak tidak selalu di sambut baik oleh perusahaan. Pajak dianggap dapat mengurangi laba perusahaan (Mutia et al., 2018). Besarnya pembayaran pajak perusahaan didasarkan pada laba yang diperoleh oleh perusahaan selama satu tahun, hal tersebut tentunya bertengangan dengan tujuan utama dari perusahaan berdiri yaitu untuk mendaptkan laba semaksimal mungkin dan akhirnya perusahaan mencari celah ataupun cara untuk melakukan agresivitas perpajakan untuk dapat meminimalisir beban pajak perusahaan. Tindakan agresif terhadap pajak atau yang sering disebut juga

dengan agresivitas pajak adalah sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan menurunkan beban kena pajak perusahaan dengan cara melakukan perencanaan pajak yang dilakukan baik secara legal (tax avoidance) maupun illegal (tax evasion) (Mustika et al., 2017). Hal tersebut dapat menguntungkan bagi perusahaan tapi sangatlah merugikan bagi pemerintah. Menurut (Chen et al., 2010) perusahaan akan menjalankan berbagai cara agar beban pajak perusahaan dapat berkurang sehingga, perusahaan menjadi timbul Tindakan agresif terhadap pajak dan hal tersebut yang dinamakan agresivitas pajak.

Salah satu kasus agresivitas pajak yang terjadi adalah pada perusahaan coca cocola hasil penelusuran DJP Kementerian Keuangan menemukan, ada pembengkakan biaya yang besar pada tahun itu. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Itu untuk iklan produk minuman Coca-Cola. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPH) CCI Rp 49,24 miliar. (kompas.com, 2014)

Tax Justice Network melaporkan indonesia mengalami kerugian senilai 68,7 triliun yang diakibatkan karena adanya aktivitas penghindaran pajak, dimana 67,6 triliun jumlah penghindaran yang dilakukan oleh perusahaan yang ada di Indonesia dan sisanya sebanyak 1,1 triliun berasal dari wajib pajak orang pribadi.(Kontan.co.id, 2020). Hal tersebut tentunya sangatlah merugikan bagi negara.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat agresivitas pajak

perusahaan yang pertama profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba pada tahun berjalan. Semakin tinggi profitabilitas sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba perusahaan tersebut (Sidik 2022). Dasar dari pengenaan tarif pajak adalah laba perusahaan. Maka apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut cenderung akan melakukan agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2021), Maulina Simamora and Rahayu (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat and Fitria 2018) bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berikutnya yang kedua, *Capital intensity* adalah rasio kegiatan investasi yang dimiliki perusahaan dalam bentuk aset tetap. *Capital intensity* menggambarkan seberapa besar proporsi aset tetap perusahaan dari total asetnya (Kalbuana et al., 2020). Intensitas aset tetap yang besar akan menghasilkan beban depresiasi yang besar pula, hal ini mengakibatkan berkurangnya laba perusahaan (Andarini & Rahmawati, 2017). Maka semakin besar *capital intensity* maka akan meningkatkan agresivitas perusahaan karena tingginya beban depresiasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah 2021), (Hidayat & Fitria, 2018), (Maulana, 2020) menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan, namun penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Kartika, 2021) yang menyatakan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor yang ketiga adalah Ukuran perusahaan yang di proyeksikan dengan SIZE. Ukuran perusahaan biasanya dilihat dari besarnya aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan Menurut Mutia et al., (2018) semakin besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut maka akan semakin besar pula produktivitas perusahaan yang

akhirnya akan meningkat juga laba yang dimiliki oleh perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah 2021), dan (Allo et al., 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan namun berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2021) dan (Maulana, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.

Yang terakhir adalah *sales growth* atau yang disebut juga dengan presentase pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan penjualan perusahaan tentu akan sejalan dengan laba perusahaan yang nantinya akan berpengaruh pada beban pajak yang akan ditanggung oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni et al., 2019) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan, namun penelitian yang dilakukan oleh (Susanti & Satyawan, 2020) memberikan pernyataan yang berbeda.

Perusahaan selalu memanfaatkan celah celah yang dapat menurunkan tingkat pembayaran pajaknya, sehingga dapat merugikan negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan fakta empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *capital intensity*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada regulator dalam membuat kebijakan maupun peraturan dalam perpajakan sehingga potensi penerimaan pajak di negara dapat dimaksimalkan.

## 2. TELAAH LITERATUR

### 2.1 *Agency teory*

Teori keagenan atau yang biasanya disebut dengan teori *agency* adalah teori yang menjelaskan adanya hubungan principal dan agen. Teori keagenan menjelaskan tentang adanya pemisahan fungsi antara *agent* dan *principal* dimana *agent* adalah manajer perusahaan dan *principal* adalah pemerintah.

Menurut (Jensen & Meckling, 1976) mengemukakan jika *principle* ialah pihak yang menyerahkan wewenang pada *agent* guna melakukan tindakan atas nama *principle*, sementara manajer ialah agen yang melakukan tindakan bagi kepentingannya sendiri yakni guna mengoptimalkan kekayaan perusahaan.

Menurut Scott, (2015) *agency* teori merupakan sebuah pengembangan teori yang mengkaji tentang sebuah desain kontrak yang mana agen (pihak manajemen) bekerja atas nama *principal* (pemerintah). Teori *agency* berisikan hubungan antara pihak agen dan *principal*. Manajemen perusahaan (*agent*) mempunyai kewajiban guna melaporkan informasi tentang kondisi perusahaan yang sesungguhnya pada pemerintah (*principal*) karena dianggap *agent* paham atas kondisi perusahaan yang sebenarnya namun terkadang manajer perusahaan (*agent*) tidak melakukan hal tersebut (Arfan & Ishak, 2005).

Konflik karena adanya perbedaan kepentingan tersebut yang akhirnya muncul teori keagenan. *Agency problem* terjadi diantara pemungut pajak (pemerintah) dengan pembayar pajak (manajemen). Pemerintah yang berperan sebagai pemungut pajak berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sementara dari pihak manajemen yang membayar pajak berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang sebesar - besarnya dengan berupaya meminimalkan beban pajak. Upaya tersebut dapat ditempuh dengan cara legal maupun ilegal (Frank et al., 2009).

Pada sistem *self assessment*, wajib pajak berperan sebagai agen pelaksana kewajiban perpajakan. Adapun pemerintah berperan sebagai prinsipal dalam hubungan keagenan tersebut. Dalam upaya melindungi kepentingannya, wajib pajak (agen) akan mengupayakan berbagai usaha dengan tujuan meminimalkan beban pajak. Upaya tersebut merupakan tindakan yang dilakukan dengan sengaja atau merupakan tindakan agresif. Tindakan yang dilakukan oleh *agent* tidak diinginkan oleh *principal* karena *principal* akan dirugikan karena pemasukan yang didapatkan oleh *principal* akan berkurang.

## 2.2 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah sebuah Tindakan penghindaran pajak baik secara legal (*tax avoidance*) dan ilegal (*tax evasion*) dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan sehingga laba yang didapat

perusahaan akan lebih maksimal. Perusahaan menganggap bahwa pajak adalah salah satu beban yang dapat mengurangi laba perusahaan (Muliastari & Hidayat, n.d.), maka dari itu perusahaan melakukan agresivitas pajak. Agresivitas pajak dapat diukur menggunakan NPM atau yang disebut juga dengan *Nett profit margin* menurut (Andanrini & Rahmawati, 2017) NPM dinilai dapat mengukur tingkat agresivitas perusahaan dengan membandingkan NPM industri dengan NPM perusahaan karena apabila NPM perusahaan berada di bawah NPM industry perusahaan tersebut dapat diindikasikan melakukan agresivitas pajak.

## 2.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kurun waktu satu tahun berjalan. Profitabilitas diukur menggunakan rasio ROA (*return on assets*). ROA digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya (Sambiring & Sa'adah, 2022). Jika perusahaan mampu melakukan pemanfaatan efektivitas sumber daya yang dimilikinya untuk kegiatan usaha maka perusahaan tersebut akan mendapatkan penghasilan yang tinggi. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan. Jika laba perusahaan meningkat maka, jumlah pajak penghasilan juga meningkat (Sambiring & Sa'adah, 2022). Jadi apabila laba perusahaan meningkat maka perusahaan akan cenderung untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

### H1 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Agresitas Pajak perusahaan.

## 2.4 Capital Intensity

*Capital intensity* merupakan rasio intensitas investasi perusahaan dalam bentuk aset tetap perusahaan. Dimana aset tetap yang dimaksud disini adalah seperti Gudang, mesin, *property*. Selain itu menurut (Mustika et al., 2017) *capital intensity* juga dapat diartikan dengan seberapa perusahaan rela untuk membelanjakan dananya untuk kegiatan operasi dan pendanaan kegiatan usaha guna mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. *Capital intensity* akan memunculkan biaya penyusutan atau beban depreisasi yang nantinya akan berpengaruh terhadap berkurangnya laba perusahaan dan apabila laba perusahaan berkurang maka biaya kena pajak akan

berkurang. Menurut (Zenuari & Mranani, 2020) perusahaan dapat memanfaatkan biaya depresiasi aset tetap untuk menekan beban pajak perusahaan.

**H2: Capital Intensity Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak perusahaan.**

**2.5 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan menurut (Rahayu & Kartika, 2021) adalah besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan dengan skala aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar aset maka akan semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan. Produktivitas yang baik maka akan menghasilkan laba perusahaan yang semakin meningkat tinggi, dan apabila laba perusahaan meningkat tinggi pasti beban pajak perusahaan akan bertambah

**H3: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan.**

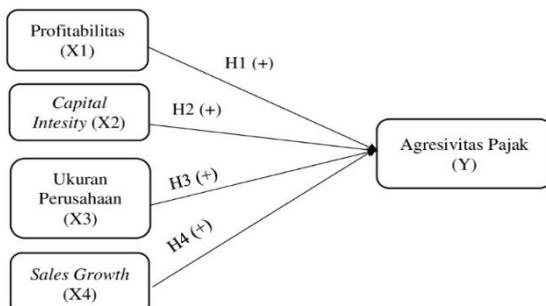
**2.6 Sales Growth**

*Sales growth* menurut (Susanti & Satyawan, 2020) adalah gambaran keberhasilan dari suatu perusahaan pada masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan dimasa mendatang. Semakin tingginya *sales growth* perusahaan makan semakin tinggi juga volume penjualan perusahaan, apabila volume penjualan semakin tinggi laba perusahaan juga akan semakin tinggi dimana hal tersebut dapat meningkatkan beban pajak perusahaan yang akhirnya dapat membuat perusahaan melakukan Tindakan agresivitas pajak.

**H4 : Sales Growth Berpengaruh Positif Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan.**

**2.7 Model Penelitian**

Berdasarkan dari pernyataan model penelitian seperti berikut



**Gambar 1 Model Penelitian**

**3. METODE PENELITIAN**

**3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini memakai penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sistematis terhadap fenomena-fenomena serta kualitas hubungannya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel profitabilitas, *capital intensity*, ukuran perusahaan, dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak perusahaan.

**3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber lain yang sudah ada sebelumnya. Sumber data dalam penelitian ini di dapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2021. yang berasal dari situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

**3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2021 dengan total populasi 71 perusahaan dan sampel yang didapatkan sebanyak 132 sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan kriteria:

1. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang konsisten menerbitkan laporan keuangan.
3. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan.
4. Perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang mempunyai laporan keuangan lengkap.

**3.4 Metode Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi data panel karena penelitian ini menggunakan data gabungan perusahaan dengan kurun waktu periode pengamatan tertentu. Yang di bantu dengan alat *evIEWS9*,

dengan melakukan uji chow, hausman, dan lagrange multiplier untuk menentukan model regresi mana yang terbaik diantara model *Fixed Effect Model (FEM)*, *Random Effect Model (REM)*, *Common Effect Model (CEM)*. Selain itu pada penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik supaya memberikan kepastian apakah persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

### 3.5 Definisi Operasional

#### 3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Agresivitas Pajak adalah suatu Tindakan perencanaan pajak (*tax planning*) yang bertujuan untuk mengurangi beban pajak perusahaan yang dilakukan baik secara legal (*tax avoidance*) maupun illegal (*tax evasions*). Agresivitas pajak dapat dihitung menggunakan NPM atau yang disebut juga dengan *net profit margin* perusahaan dengan net profit margin industri. Apabila net profit perusahaan berada pada net profit industri maka perusahaan tersebut terindikasi melakukan agresivitas pajak (Andanrini & Rahmawati, 2017). Dengan membandingkan dua NPM tersebut dapat diketahui tingkat agresivitas pajak perusahaan.

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

#### 3.5.2 Variabel Independen

##### 1. Profitabilitas (X1)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode waktu satu tahun berjalan, pada umumnya profitabilitas juga diukur menggunakan perbandingan dengan aset perusahaan

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aset}}$$

##### 2. Capital intensity (X2)

*Capital intensity* merupakan rasio investasi perusahaan dalam bentuk aset tetap perusahaan. *Capital intensity* adalah seberapa besar proporsi aset tetap yang dimiliki perusahaan dari total aset yang dimiliki perusahaan.

$$CAPAINT = \frac{\text{Total aset tetap bersih}}{\text{Total Aset}}$$

##### 3. Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan merupakan klasifikasi besar kecilnya suatu perusahaan yang biasanya diukur dari total harta, aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

$$SIZE = \ln(\text{total asset})$$

##### 4. Sales Growth (X4)

Merupakan rasio gambaran keberhasilan penjualan pada masalah yang dapat dijadikan gambaran atau prediksi keberhasilan penjualan pada periode yang akan datang

$$SG = \frac{\text{Sales } t - \text{Sales } t - 1}{\text{Sales } t}$$

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Statistika Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistika Deskriptif

	NPM	ROA	CAPA INT	SIZE	SALES_GROWTH
Mean	0,11	0,09	0,24	27,72	0,263
Median	0,06	0,07	0,22	28,21	0,090
Maximum	3,72	0,92	0,76	32,72	8,074
Minimum	-0,02	-0,02	-0,01	20,61	-0,998
Std. Dev.	0,33	0,10	0,18	2,93	1,222
Observations	132	132	132	132	132

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan hasil uji statistika deskriptif diketahui, variabel dependen agresivitas pajak menunjukkan standar deviasi sebesar 0,33. Sedangkan besarnya nilai minimum pada agresivitas pajak -0,02, nilai maksimum 3,72, nilai rata-rata (mean) yaitu 0,11, dan nilai tengah atau (median) 0,06. Pada variabel independen profitabilitas memiliki nilai standar deviasi 0,10. Sedangkan untuk besarnya nilai minimum pada profitabilitas adalah -0,02, nilai maksimum 0,92 nilai rata-rata atau (mean) sebesar 0,09, dan nilai tengah (median) sebesar 0,07. Sedangkan pada variabel independen *Capital intensity* menunjukkan standar deviasi 0,18. Untuk besarnya nilai minimum -0,01, nilai maksimum 0,76, nilai rata-rata 0,24, dan nilai tengah (median) 0,22.

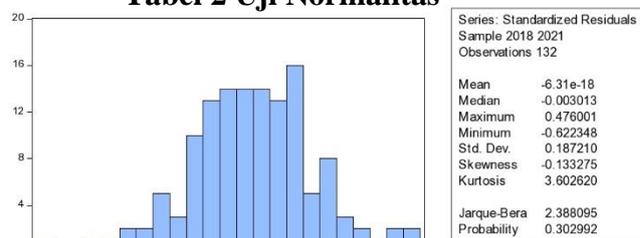
Untuk variabel independen Ukuran perusahaan nilai standar deviasi adalah 2,93. Sedangkan untuk nilai minimum 20,61, nilai maksimum 32,76, nilai rata-rata 27,72, dan

untuk nilai tengah atau median sebesar 28,21. Pada Variabel independent *Sales Growth* nilai standar deviasinya sebesar 1,22. sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 8,07, nilai minimum -0,99, rata rata (mean) 0,26, dan nilai tungan (median) 0,09.

**Uji Asumsi Klasik**

• **Uji Normalitas**

**Tabel 2 Uji Normalitas**



Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Prob 0,302992 lebih besar dari 0.05 yang berarti data pada penelitian ini terdistribusi normal.

• **Uji Multikolinearitas**

**Tabel 3 Uji Multikolinieritas**

	ROA	CAPAI NT	SIZE	SALES_G ROWTH
ROA	1	-0,021	-0,138	-0,055
CAPAI NT	-0,021	1	0,084	0,070
SIZE	-0,138	0,084	1	-0,018
SALES_ GRO WTH	-0,055	0,070	-0,018	1

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan uji multikolinearitas pada table diatas, diketahui bahwa untuk nilai koefisien korelasi antar variabel independent kurang dari 0,08. Maka dapat dikatakan bahwa pada data penelitian tidak terjadi masalah multikolinearitas

• **Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4 Uji Hetroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,029	0,213	0,135	0,892
ROA	0,633	0,217	2,919	0,004
CAPAI NT	-0,156	0,120	-1,300	0,195
SIZE	0,000	0,007	0,046	0,963
SALES_ GROWTH	0,013	0,017	0,777	0,438
R-squared	0,078	Mean dependent var	0,064	
Adjusted R-squared	0,049	S.D. dependent var	0,256	
S.E. of regression	0,249	Akaike info criterion	0,101	
Sum squared resid	7,928	Schwarz criterion	0,210	
Log likelihood	-1,686	Hannan-Quinn criter.	0,145	
F-statistic	2,688	Durbin-Watson stat	1,082	
Prob(F-statistic)	0,034			

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan tabel olah data diatas, diketahui bahwa pada beberapa koefisien parameter variabel independent bersifat tidak signifikan. Besarnya nilai probabilitas lebih dari nilai sig 0,05. Dapat disimpulka bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

• **Uji Autokorelasi**

**Tabel 5 Uji Autokerlasi**

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0,401568	Mean dependent var	0,118644
Adjusted R-squared	0,174794	S.D. dependent var	0,335934
S.E. of regression	0,305165	Akaike info criterion	0,695755
Sum squared resid	8,846956	Schwarz criterion	1,503813
Log likelihood	8,919806	Hannan-Quinn criter.	1,024112
F-statistic	1,770784	Durbin-Watson stat	3,354849
Prob(F-statistic)	0,014759		

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan olah data diatas diketahui Nilai DW 3,354849, Nilai DL = 1,6539, DU = 1,7786, 4-DL = 4-1,6539 = 2,3461 dan 4-DU = 4-1,7786 = 2,2214. Diketahui jika nilai DW (*Durbin-Watson stat*) lebih besar dari DL dan DU. Alhasil bisa ditarik kesimpulan jika berlangsung masalah autokorelasi.

**Uji Regresi**

**1. Uji Chow**

Pada regresi data panel bisa dilakukan dengan tiga model diantaranya adalah Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Pada uji chow digunakan untuk mengetahui model mana yang baik untuk digunakan diantara model *common effect* atau *fixed effect*.

**Tabel 6. Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1,624810	(32,95)	0,0374
Cross-section Chi-square	57,619881	32	0,0036

Sumber: Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Dari tabel uji chow diatas, dapat dilihat nilai cross section chi square lebih kecil dari nilai probabilitas maka dapat disimpulkan bahwa  $0.0036 < 0.05$  yang artinya berdasarkan uji chow diatas model FEM lebih tepat dibandingkan dengan CEM maka selanjutnya dilanjutkan ke uji Hausman untuk mengetahui model mana yang terbaik antara model FEM dan REM.

**2. Uji Hausman**

Berdasarkan uji chow yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil bahwa uji model FEM lebih tepat digunakan maka dari itu dilanjutkan uji hausman untuk mengetahui uji mana yang lebih tepat uji FEM atau REM

**Tabel 7 Uji Hausmant**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	20,539229	4	0,0004

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan tabel dari hasil uji chow diatas dapat dilihat bahwa nilai prob 0,0004 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai sig 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $0,0004 < 0,05$  dan uji yang tepat adalah Uji FEM

**Tabel 8 Uji FEM**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0,172	0,065	-2,627	0,010
ROA	0,617	0,036	17,021	0,000
CAPAINT	0,019	0,007	2,760	0,006
SIZE	0,008	0,002	3,524	0,000
SALES_GROWTH	-0,015	0,005	-2,602	0,010
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0,980	Mean dependent var	1,489	
Adjusted R-squared	0,972	S.D. dependent var	1,693	
S.E. of regression	0,219	Sum squared resid	4,591	
F-statistic	129,9	Durbin-Watson stat	2,348	
Prob(F-statistic)	0,000			

Sumber : Data diolah dengan Eviews9 (2022)

Berdasarkan pada hasil uji common effect model (FEM) diatas, dapat dilakukan uji hipotes yang terdiri dari uji koefisien determinasi, Uji F, dan Uji T. tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur sejauh mana model mampu menerangkan variabel dependen. Dari hasil uji FEM dapat diketahui nilai adjusted R square adalah 0,980 artinya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen agresivitas pajak sebesar 98,01% dan sisanya sebesar 1,99% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model tersebut. Nilai F hitung sebesar 129,98 lebih besar dari nilai F tabel yaitu 2,44 atau nilai probabilitas 0,00 lebih kecil dari nilai alfa 0,05 yang berarti menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 7 hasil pengujian untuk hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,617, dengan nilai t hitung  $17,021 >$  dari t tabel 1,659, dan nilai signifikansi sebesar 0,0000  $<$  dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 7 hasil pengujian untuk hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* memiliki nilai koefisien sebesar 0,019774, dengan nilai t hitung  $2,760 >$  t tabel 1,659, dan tingkat signifikansi 0,006  $<$  0,05. Hal ini berarti bahwa variabel *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 7 hasil pengujian untuk hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* memiliki nilai koefisien sebesar 0,006333, dengan nilai  $t$  hitung  $3.524801 > t$  tabel 1,659, dan tingkat signifikansi  $0,0007 < 0,05$ . yang dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Berdasarkan hasil olah data pada tabel 8 hasil pengujian untuk hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* memiliki nilai koefisien sebesar -0,015, dengan nilai  $t$  hitung  $-2,602 > t$  tabel 1,659, dan tingkat signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Hal ini berarti sales growth berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan, hal tersebut selaras dengan teori keagenan, dimana agen adalah pihak yang mengetahui bagaimana keadaan perusahaan yang sebenarnya. Agen diberikan wewenang oleh prinsipal untuk melakukan kewajiban perpajakannya secara *self assessment* dan disitulah perusahaan dapat mencari celah celah yang dapat mengurangi laba perusahaan tersebut, karena semakin besar laba perusahaan akan semakin besar pula profitabilitas yang dimiliki sebuah perusahaan, dan akan berdampak kepada pembayaran pajak yang lebih besar. Sedangkan pembayaran yang besar tidak di inginkan oleh perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi maka akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Maulana, 2020; Sukartha, 2017) jika profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan, namun hal itu tidak sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan (Hidayat & Fitria, 2018; Rahayu & Kartika, 2021) mengemukakan jika profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan. Dimana pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hidayat & Fitria, 2018; Rahayu & Kartika, 2021) menggunakan pengukuran ETR.

### Pengaruh Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak.

*Capital intensity* Berpengaruh Positif signifikan terhadap agresivitas pajak *Capital*

*intensity* berpengaruh terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan. Hal tersebut juga selaras dengan teori keagenan yang mana manajer perusahaan (agen) akan menggunakan uang perusahaan yang menganggur dan menginvestasikannya dalam bentuk aset tetap perusahaan. sehingga perusahaan memiliki keuntungan dalam bentuk beban depresiasi yang akan menurunkan pendapatan perusahaan. Semakin besar perusahaan menginvestasikan aset tetap maka beban depresiasi perusahaan akan semakin besar.

Semakin besar beban depresiasi perusahaan maka dapat mengurangi laba perusahaan yang akan berakibat dengan berkurangnya beban pajak perusahaan. Laba perusahaan yang rendah maka beban pajaknya pun akan rendah karena dasar pengenaan pajak adalah laba perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan riset yang dilaksanakan (Junensie et al., 2020; Sukartha, 2017; Yuliana & Djoko, 2020). Akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilaksanakan (Adiputri Karisma & Erlinawati Alit, 2021; Maulina Simamora & Rahayu, 2020) yang menyatakan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Penelitian tersebut tidak sejalan karena terdapat perbedaan pada proksi pengukuran agresivitas pajak yang digunakan yaitu menggunakan pengukuran CETR pada penelitian (Adiputri Karisma & Erlinawati Alit, 2021), sedangkan pada penelitian (Maulina Simamora & Rahayu, 2020) menggunakan proksi pengukuran agresivitas pajak ETR.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap tindakan agresivitas pajak perusahaan, hal tersebut sejalan dengan teori keagenan yang dimana semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkat juga jumlah produktivitas. Sehingga akan menghasilkan laba yang semakin besar Sebuah perusahaan besar akan cenderung melakukan perencanaan pajak yang baik. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan aturan *self assessment system* dengan memberi wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri, dapat menguntungkan pihak agent untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang

ditanggung perusahaan semakin kecil. Hal tersebut sangat bertentangan dengan prinsipal yang telah memberikan kepercayaan kepada agen, selain itu dengan tindakan manipulasi laba yang dilakukan perusahaan akan membuat pendapatan pemerintah (*principal*) dari sektor pajak akan berkurang.

Ukuran suatu perusahaan akan mempengaruhi terjadinya tindakan agresivitas pajak yang akan dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Allo et al., 2021; Mutia et al., 2018; Rahayu & Kartika, 2021). Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Junensie et al., 2020; Maulana, 2020; Zenuari & Mranani, 2020). Penelitian ini tidak sejalan karena terdapat perbedaan pada proksi pengukuran agresivitas pajak, dan perbedaan objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur pada penelitian (Zenuari & Mranani, 2020).

### **Pengaruh Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak.**

*Sales growth* memiliki pengaruh yang negatif serta signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Perusahaan pasti menginginkan laba perusahaan yang besar dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan, agen diberikan wewenang oleh *principal* untuk mengelola laba yang telah diperolehnya. keadaan ini yang akan menyebabkan perusahaan harus mempertahankan citra dan reputasi perusahaan dimata publik, untuk tetap bisa eksis di dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, yang akhirnya perusahaan memilih untuk memilih patuh, terhadap aturan perpajakan. perusahaan yang bertumbuh penjualannya serta dengan melakukan efisiensi maka akan memperoleh keuntungan yang besar oleh karena itu tidak perlu melakukan penghindaran pajak.

Tingkat penjualan yang relatif lebih besar dan diiringi dengan kenaikan pendapatan akan membuat perusahaan mampu untuk membayarkan beban pajaknya, Hal tersebut sama dengan penelitian yang dilaksanakan (Fransisca & Astrid Kesaulya, 2022; Susanti & Satyawan, 2020). Namun hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Antari & Merkusiwati, 2022; Wahid, 2021; Wahyuni et al., 2019). menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak perusahaan. Perbedaan pada penelitian sebelumnya, pengukuran yang digunakan menggunakan pengukuran CETR

pada penelitian (Wahid, 2021; Wahyuni et al., 2019), sedangkan pada objek penelitian yang dilakukan oleh (Antari & Merkusiwati, 2022) menggunakan perusahaan yang berindeks LQ-45.

## **5. SIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Simpulan**

Pada penelitian ini menguji pengaruh variabel profitabilitas, capital intensity, ukuran perusahaan, dan sales growth terhadap agresivitas pajak perusahaan, dan diperoleh populasi sebanyak 71 perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021. Diperoleh sampel penelitian sebanyak 132 sampel. teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Pengujian kali ini menggunakan analisis data panel dan diolah menggunakan aplikasi eviews9. Setelah melakukan olah data diperoleh hasil penelitian sebagai berikut bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, Capital intensity berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, Dan Sales growth berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan pada penelitian ini adalah obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi, dengan keterbatasan waktu pada tahun 2018-2021, proksi pengukuran agresivitas pajak yang digunakan dalam penelitian ini hanya dengan satu pengukuran yaitu menggunakan NPM. Menggunakan satu proksi pengukuran dalam penelitian

### **5.3 Saran**

Saran untuk peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang dianggap dapat mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan, untuk peneliti berikutnya dapat menambah proksi pengukuran lain selain NPM, serta menambahkan tahun, serta objek penelitian. Dari penelitian ini maka dapat digunakan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta dapat dijadikan acuan oleh pengambil keputusan terhadap peraturan perpajakan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adiputri Karisma, D. A. P., & Erlinawati Alit, N. W. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Capyal Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 2, 467–487.
- Allo, M. R., Alexander, S., Suwetja, I., Rante Allo, M., Alexander, S. W., Gede Suwetja, I., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi, F. (2021). *Pengaruh Likuiditas dan, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018)*. 9(1), 647–657.
- Andanrini, D., & Rahmawati, nur ita. (2017). Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Intentitas Aset Tetap, Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 2(7), 19–32. <https://doi.org/10.26512/dramaturgias.v0i7.9525>
- BPS. (2022). *Penerimaan pajak tahun 2021*. Bps. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1070/1/realisasi-pendapatan-negara.html>
- Chen, S., Chen, X., Shevlin, T., Chen, S., Chen, X., & Shevlin, T. (2010). Are Family Firms more Tax Aggressive than Non-family Firms? Are family firms more tax aggressive than non-family firms? \* University of Texas at Austin University of Wisconsin-Madison. *Research Collection School of Accountancy*, 91(1), 41–61.
- databox.co.id. (2022). *Rasio Pajak*. Data Box. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/ini-tren-tax-ratio-indonesia-dalam-5-tahun-terakhir#:~:text=Menurut laporan Kementerian Keuangan \(Kemenkeu,9%2C11%25 terhadap PDB.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/ini-tren-tax-ratio-indonesia-dalam-5-tahun-terakhir#:~:text=Menurut laporan Kementerian Keuangan (Kemenkeu,9%2C11%25 terhadap PDB.)
- Fransisca, C., & Astrid Kesaulya, F. (2022). Pengaruh Capital Intensity Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2(4), 1–12.
- Hidayat, agus taufik, & Fitria, eta febriana. (2018). Pengaruh Capital Intensity, Iventory intensity, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *EKSIS*, 13(2), 157–168. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/issue/view>
- Jensen, michael c, & Meckling, williaam H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal Of Financial Economics*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Junensie, P. R., Trisnadewi, A. A. A. E., & I Gusti Ayu Intan Saputra Rini. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Leverage Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan Pada Perusahaan Industri Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19(1), 67–77. <https://doi.org/10.22225/We.19.1.1600.67-77>
- Kadek, N., Antari, D. P., Lely, N. K., & Merkusiwati, A. (N.D.). *Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth Dan Agresivitas Pajak*. <https://doi.org/10.24843/Eja.2022.V>
- Kalbuana, N., Widagdo, R. A., & Yanti, D. R. (2020). Pengaruh Capital Intensity, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3(2), 46–59. <https://doi.org/10.34128/Jra.V3i2.56>
- Kompas.Com. (2014). *Kasus Agresivitas Pajak Pt Coca Cola*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2014/06/13/1135319/Coca-Cola.Diduga.Akali.Setoran.Pajak>
- Kontan.Co.Id. (2020). *Kerugian Akibat Agresivitas Pajak*. <https://nasional.kontan.co.id/news/akibat-penghindaran-pajak-indonesia->

Diperkirakan-Rugi-Rp-687-Triliun

Legowo, Wukir Wijatmoko, Florentina, S., & Fimansyah, A. (2021). Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Perdagangan Di Indonesia. *Profitabilitas, Capital Intensity, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan*. *Bina Akuntansi*, 8(1), 84–108.

Maulana, I. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 155–163.  
<https://doi.org/10.22225/Kr.11.2.1178.155-163>

Maulina Simamora, A., & Rahayu, S. (2020). Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018) *Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online)*. *Agnes Maulina Simamora*, 1(1), 140–155.

Muliasari, R., & Hidayat, A. (N.D.). *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Komisaris Independent Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan*. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Mustika, Ratnawati, V., & Silfi, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 4(1), 1689–1699.  
<https://jom.unri.ac.id/index.php/jomfe/kon/article/view/13315>

Mutia, F. Y., Dewi, R. R., & Siddi, P. (2018). Dimensi Agresivitas Pajak Dilihat Dari Ukuran Perusahaan Dan Capital Intensity (Study Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei). *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 6(1), 122–130.

<https://doi.org/10.29407/Jae.V6i1.14066>

Rahayu, U., & Kartika, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 76–84.

Rahmawati, A. R. H. I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1).

Sambiring, S. E., & Sa'adah, L. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Perusahaan ...). *14(2)*, 188–195.  
<https://eprints.umm.ac.id/92664/%0ahttps://eprints.umm.ac.id/92664/1/Pendahuluan.Pdf>

Sidik, P., & Suhono. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 1(1), 27.  
<https://doi.org/10.32503/Jck.V1i1.2239>

Sukartha, P. A. S. A. I. M. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity, Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2115–2142.

Susanti, D., & Satyawan, D. (2020). *Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak* (Vol. 9, Issue 1).  
<http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/>

Wahyuni, L., Fahada, R., & Atmaja, B. (2019). The Effect Of Business Strategy, Leverage, Profitability And Sales Growth On Tax Avoidance. *Indonesian Management And Accounting Research*, 16(2), 66–80.  
<https://doi.org/10.25105/Imar.V16i2.4686>

Yuliana, Fachrina Inna, & Djoko, W. (2020). Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2017). *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.

Zenuari, I., & Mranani, M. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019). *Ummagelang Conference Series*, 187–206.  
[Http://Journal.Unimma.Ac.Id/Index.Php/Conference/Article/View/4153](http://Journal.Unimma.Ac.Id/Index.Php/Conference/Article/View/4153)