

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**NELVY SURYANI
NIM : 18622218**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

OLEH

Nama : NELVY SURYANI

NIM : 18622218

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN
KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Diajukan kepada :

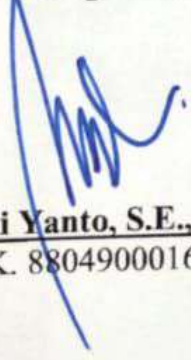
Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh:

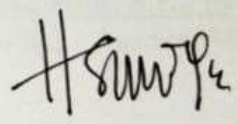
Nama : Nelvy Suryani
NIM : 18622218

Menyetujui,

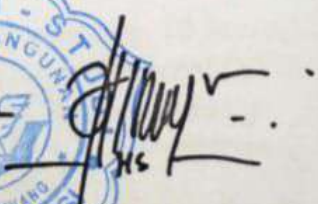
Pembimbing Pertama,


Meidi Yanto, S.E., M.Ak
NIDK. 8804900016/ Lektor

Pembimbing Kedua,


Hasnarika, S.Si., M.Pd
NIDN. 1020118901 / Lektor

Menyetujui,
Ketua Program Studi,



Hendy Satria, S.E., M.Ak, CAO
NIDN. 1015069101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN
KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP TERHADAP
AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

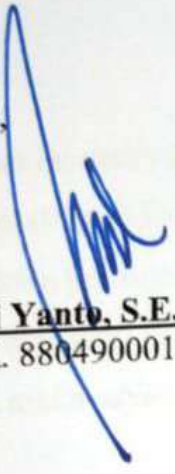
Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Nelvy Suryani
NIM : 18622218

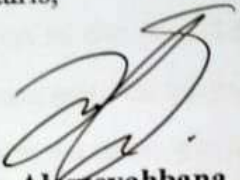
Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Sepuluh Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga dan
Dinyatakan Telah memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

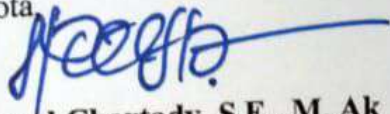
Ketua,


Meidi Yanto, S.E., M. Ak
NIDK. 8804900016 / Lektor

Sekretaris,


M. Isa Alamsyahbana, S.E., M. Ak
NIDN. 1025129302 / Asisten Ahli

Anggota


Rachmad Chartady, S.E., M. Ak
NIDN. 1021039101 / Lektor

Tanjungpinang, 10 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,



Charly Marlinda, S.E., M. Ak. Ak. CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Nelvy Suryani
NIM	: 18622218
Tahun Angkatan	: 2018
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,67
Program Studi	: Akuntansi
Judul Skripsi	: Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 27 Desember 2022

Penyusun



Nelvy Suryani

NIM : 18622218

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat Rahmat dan juga kesempatan yang diberikan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Segala syukur atas anugrah-Nya, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling penulis yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi penulis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

Mom and Daddy,

Terimakasih kepada kedua orangtua saya atas kesempatan, dukungan, dan juga motivasi kepada saya untuk melanjutkan serta menyelesaikan pendidikan hingga S1. Meskipun *Daddy* tidak bisa menemani hingga akhir saya menyelesaikannya, tapi beliau selalu menjadi motivasi saya untuk tetap bertahan dan menyelesaikan pendidikan S1 ini dan saya yakin *Daddy* akan senang dan bangga karena saya telah menyelesaikan perkuliahan ini seperti yang saya janjikan sebelumnya. Untuk *Mom* yang selalu memberitahu kepada saya bahwa saya pasti bisa menyelesaikan perkuliahan ini dan terus mendukung saya dalam penyelesaian tugas akhir ini. Ku persembahkan karya kecil ini untuk *Mom and Daddy* dengan harapan bisa menjadi langkah awal untuk membuat kalian bahagia.

Siblings,

Terimakasih kepada Ce Yanti, Ce Ani, dan Adek atas dukungan dan motivasi selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan juga tugas akhir ini. Semoga dengan karya kecil ini, saya bisa menjadi sebuah kebanggaan untuk keluarga kita. *Love you guys.*

HALAMAN MOTTO

“Whats meant to be will always find its way”

- Trisha Yearwood

“Its okay if things are not the same and your heart is really missing the way things used to be, and its okay to take time to sort through it all while leaning into the light and pursuing boundless peace”

- Morgan Harper Nichols

“We grow through what we go through”

- Dhiman

“Apply yourself. Get all the education you can, but then, by God, do something. Don’t just stand there, make it happen.”

- Lee Lacocca

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan terhadap kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari penyusunan skripsi ini sehingga penulis dengan segala kerendahan hati menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang turut serta membantu mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si.Ak.CA. selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., M.Si.Ak.CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ir. Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
6. Bapak Meidi Yanto, S.E., M.Ak selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran, nasihat, dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Hasnarika, S.Si., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan.
8. Seluruh dosen pengajar dan staf sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
9. Seluruh anggota keluarga yang terus memberi dukungan mereka kepada penulis dari awal perkuliahan.
10. Sahabat-sahabat pejuang skripsi, Mayang Puspita Sari, Julyanny, Siska Oktavia, Winni Andriyani, dan juga Dinda Indah Syahputri atas dukungan dan motivasinya selama perkuliahan ini terutama dalam penyusunan skripsi.
11. Abi Koko yang senantiasa mendukung dan memberikan pencerahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman M2 Akuntansi angkatan 2018, yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan ini

13. Dan semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan perkuliahan ini .

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya Mahasiswa-mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 27 Desember 2022

Penulis

NELVY SURYANI
NIM : 18622218

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1. Kegunaan Ilmiah	9
1.5.2. Kegunaan Praktis	9
1.6. Sistematis Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Teori Keagenan (<i>Theory Agency</i>)	14
2.1.2. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behaviour</i>).....	15
2.1.3. Ukuran Perusahaan.....	16
2.1.3.1. Pengertian Ukuran Perusahaan	16
2.1.3.2. Kriteria Ukuran Perusahaan.....	17

2.1.3.3.	Indikator Ukuran Perusahaan.....	18
2.1.4.	Profitabilitas	19
2.1.4.1.	Pengertian Profitabilitas.....	19
2.1.4.2.	Fungsi Profitabilitas.....	20
2.1.4.3.	Rasio Profitabilitas.....	20
2.1.5.	Kepemilikan Manajerial.....	22
2.1.5.1.	Pengertian Kepemilikan Manajerial	22
2.1.5.2.	Indikator Kepemilikan Manajerial.....	23
2.1.6.	Agresivitas Pajak.....	23
2.1.6.1.	Pengertian Agresivitas Pajak	23
2.1.6.2.	Indikator Agresivitas Pajak.....	24
2.1.7.	Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi	25
2.2.	Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1.	Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak.....	25
2.2.2.	Hubungan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak	26
2.2.3.	Hubungan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak ..	27
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	27
2.4.	Hipotesis	29
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1.	Jenis Penelitian	33
3.2.	Jenis Data	33
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.	Populasi dan Sampel	34
3.4.1.	Populasi	34
3.4.2.	Sampel.....	37
3.5.	Definisi Operasional Variabel	39
3.6.	Teknik Pengolahan Data	40
3.7.	Teknik Analisis Data	40
3.7.1.	Metode Estimasi Model Regresi	41
3.7.1.1.	<i>Common Effect Model (CEM)</i>	41

3.7.1.2.	<i>Fixed Effect Model (FEM)</i>	41
3.7.1.3.	<i>Random Effect Model (REM)</i>	41
3.7.2.	Metode Pemilihan Teknik Estimasi Data Panel	42
3.7.2.1.	Uji <i>Chow</i>	42
3.7.2.2.	Uji <i>Hausman</i>	42
3.7.2.3.	Uji <i>Lagrange Multiplier (LM)</i>	42
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	43
3.7.3.1.	Uji Normalitas	43
3.7.3.2.	Uji Heteroskedastisitas	44
3.7.3.3.	Uji Multikolinieritas	44
3.7.3.4.	Uji Autokorelasi	45
3.7.4.	Uji Hipotesis	45
3.7.4.1.	Uji <i>t</i> (Parsial)	45
3.7.4.2.	Uji <i>F</i> (Simultan)	45
3.7.4.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Hasil Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	60
4.1.2.1.	Ukuran Perusahaan (X_1)	60
4.1.2.2.	Profitabilitas (X_2)	63
4.1.2.3.	Kepemilikan Manajerial (X_3)	66
4.1.2.4.	Agresivitas Pajak (Y)	68
4.1.3.	Analisis Hasil Penelitian	71
4.1.3.1.	Statistik Deskriptif	71
4.1.3.2.	Metode Estimasi Model Regresi	73
4.1.3.2.1.	<i>Common Effect Model (CEM)</i>	73
4.1.3.2.2.	<i>Fixed Effect Model (FEM)</i>	73
4.1.3.2.3.	<i>Random Effect Model (REM)</i>	74
4.1.3.3.	Hasil Uji Regresi	75
4.1.3.3.1	Uji <i>Chow</i>	75

4.1.3.3.2	Uji <i>Hausman</i>	76
4.1.3.3.3	Uji <i>Lagrange Multiplier</i> (LM).....	77
4.1.3.4.	Uji Asumsi Klasik.....	79
4.1.3.4.1.	Uji Normalitas	79
4.1.3.4.2.	Uji Heteroskedastisitas	79
4.1.3.4.3.	Uji Multikolinieritas	80
4.1.3.4.4.	Uji Autokorelasi	81
4.1.3.5.	Uji Hipotesis	83
4.1.3.5.1.	Uji t (Parsial)	83
4.1.3.5.2.	Uji F (Simultan).....	84
4.1.3.5.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.2.	Pembahasan	86
4.2.1.	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak	86
4.2.2.	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak.....	87
4.2.3.	Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak ..	87
4.2.4.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak	88
BAB V PENUTUP		90
5.1.	Kesimpulan.....	90
5.2.	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
<i>CURRICULUM VITAE</i>		

DAFTAR TABEL

1. Populasi Penelitian, Kode Saham, Daftar Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2021	35
2. Kriteria Pengambilan Sampel	38
3. Sampel Penelitian.....	38
4. Definisi Operasional Variabel.....	39
5. Data Ukuran Perusahaan.....	60
6. Data Profitabilitas.....	63
7. Data Kepemilikan Manajerial	66
8. Data Agresivitas Pajak	68
9. Statistik Deskriptif	71
10. Hasil <i>Common Effect Model</i>	73
11. Hasil <i>Fixed Effect Model</i>	73
12. Hasil <i>Random Effect Model</i>	74
13. Uji <i>Chow</i>	75
14. Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	78
15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
16. Hasil Uji Multikolinieritas	81
17. Hasil Uji Autokorelasi.....	81
18. Hasil Uji T.....	83
19. Hasil Uji F.....	85
20. Hasil Uji Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran.....	27
2. Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia	48
3. Grafik Data Ukuran Perusahaan.....	63
4. Grafik Data Profitabilitas	65
5. Grafik Data Kepemilikan Manajerial.....	68
6. Grafik Data Agresivitas Pajak.....	70
7. Hasil Uji Normalitas	79
8. Hasil Uji Autokorelasi.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Variabel Independen dan Dependen
- Lampiran 2 : Hasil Analisis *E-views*
- Lampiran 3 : Grafik Data Independen dan Dependen
- Lampiran 4 : Tabel Durbin Watson, t Tabel, dan F Tabel
- Lampiran 5 : Persentase Plagiarisme

ABSTRAK

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nelvy Suryani. 18622218. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang
nelvysuryani18622218@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. Penelitian ini menggunakan periode 2019-2021 dengan populasi sebanyak 72 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan yang terpilih sesuai kriteria sebanyak 21 perusahaan. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui situs *Indonesian Stock Exchange* (IDX) dengan metode teknik dokumentasi. Data pada penelitian disajikan dalam bentuk data panel yang diolah menggunakan analisis model regresi melalui program *E-views* 9. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial secara simultan positif berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Agresivitas Pajak

Dosen Pembimbing 1: Meidi Yanto, S.E., M.Ak
Dosen Pembimbing 2: Hasnarika, S.Si., M.Pd

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF COMPANY SIZE, PROFITABILITY, AND MANAGERIAL OWNERSHIP ON TAX AGGRESSIVITY IN MANUFACTURING COMPANIES IN THE CONSUMPTION GOODS INDUSTRIAL SECTOR LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE

Nelvy Suryani. 18622218. Accounting. STIE Pembangunan Tanjungpinang
nelvysuryani18622218@gmail.com

This study aims to determine the influence of company size, profitability, and managerial ownership on tax aggressiveness in manufacturing companies listed on the Indonesian stock exchange. This study focuses on period 2019-2021 with a population of 72 companies. The sample determination used purposive sampling method and 21 companies were selected according to the criteria. This used quantitative research. The type of data used was secondary data obtained from the financial statements of companies registered as manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesian Stock Exchange through the Indonesian Stock Exchange (IDX) website using the documentation technique method. The data in this research is presented in the form of panel data which is processed using regression model analysis through the E-views 9 program. The results of this study show that firm size has a positive effect on tax aggressiveness. Meanwhile, profitability and managerial ownership have a negative effect on tax aggressiveness. The results of this study show that firm size, profitability, and managerial ownership simultaneously have a positive effect on tax aggressiveness.

Keywords: Firm Size, Profitability, Managerial Ownership, Tax Aggressiveness

Supervisor I : Meidi Yanto, S.E., M.Ak

Supervisor II: Hasnarika, S.Si., M.Pd

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan oleh wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan. Sebagai salah satu wajib pajak, perusahaan diwajibkan membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang ada. Dengan membayar pajak, perusahaan secara tidak langsung telah berkontribusi dalam pembangunan negara. Semakin besar pajak yang disetor oleh perusahaan maka semakin besar pula pendapatan pajak negara.

Di satu sisi, penerimaan pajak harus terus dioptimalkan dan juga ditingkatkan demi pertumbuhan ekonomi dan juga kelancaran pelaksanaan pembangunan negara. Namun di sisi lain bagi pelaku bisnis atau perusahaan, pajak dianggap sebagai beban investasi. Oleh karena itu, apabila suatu perusahaan berusaha melakukan penghindaran beban pajak dianggap sebagai suatu hal yang sudah lumrah. Agresivitas pajak merupakan salah satu tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi kewajibannya. Tetapi tidak semua perusahaan yang melakukan perencanaan pajak dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak.

Umumnya perusahaan akan memanfaatkan kelemahan yang ada dalam peraturan perpajakan atau undang-undang lainnya. Kelemahan yang dimaksud biasanya disebut *grey area*, yakni keadaan, transaksi atau kejadian yang dicurigai atau diindikasikan akan dieksploitasi oleh peraturan perpajakan, akan tetapi tidak ada peraturan perpajakan yang berlaku saat ini yang bisa diterapkan terhadap hal tersebut (Lazuardi & Rakhmayani, 2018).

Suatu perusahaan dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan tersebut berusaha mengurangi beban pajak secara agresif, baik dengan menggunakan *tax avoidance* yang legal maupun *tax evasion* yang ilegal. Meskipun tidak semua tindakan dari perencanaan pajak dilakukan secara ilegal, namun semakin banyak celah yang digunakan perusahaan untuk menghindari pajak maka perusahaan dianggap semakin agresif.

Agresivitas pajak dapat dijelaskan dengan menggunakan dua teori yaitu teori keagenan (*Agency Theory*) dan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*). Dalam agresivitas pajak, teori agensi menjelaskan adanya pemberian tugas oleh pihak prinsipal kepada pihak agen yang dituntut untuk selalu memberikan kinerja yang baik demi meningkatkan kualitas perusahaan. Salah satu langkah yang bisa dilakukan oleh agen dengan meminimalkan beban pajak dengan harapan dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga akan adanya tindakan agresivitas yang dilakukan oleh agen. Dalam hal tersebut dapat menimbulkan konflik antara pihak agen perusahaan dan juga pihak fiskus yang menginginkan perusahaan agar tetap bertindak sesuai prosedur yang ada dalam melakukan kewajiban perpajakan untuk memaksimalkan pemasukan negara yang berasal dari pajak. Sedangkan dalam teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Sebelum wajib pajak melakukan suatu perilaku, wajib pajak tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilaku tersebut. Kemudian wajib pajak akan memutuskan untuk melakukannya atau tidak. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan melalui perencanaan

dengan menghindar pajak diperbolehkan apabila dilakukan sesuai berdasarkan Undang- Undang (UU) dan peraturan perpajakan lainnya yang berlaku. Namun apabila tindakan yang diambil perusahaan terlampau agresif maka akan menghambat pengoptimalan sektor penerimaan pajak. Indikasi penyebab adanya tindakan agresivitas pajak dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting dalam perusahaan. Dalam (Nugraha, 2015) menjelaskan ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas, dimana semakin tinggi aktivitas perusahaan menunjukkan penghasilan yang dihasilkan besar sehingga pajak yang harus dibayar juga besar. Ukuran perusahaan juga dapat ditunjukkan melalui kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan tersebut, sehingga ukuran perusahaan memiliki peran dalam menunjukkan adanya tindakan agresivitas pajak. Ukuran perusahaan yang besar tentunya memiliki kuantitas SDM yang tinggi dan juga kualitas yang baik, sehingga pengetahuan mengenai perpajakan juga semakin luas dan tindakan agresivitas pajak dapat diminimalisir. Dalam penelitian (Leksono et al., 2019) mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prameswari, 2017) menunjukkan sebaliknya, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap

agresivitas pajak. Semakin besar perusahaan maka semakin kecil tingkat agresivitas pajak dikarenakan cenderung memiliki praktisi pajak yang memahami peraturan perpajakan.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Dalam (Nugraha, 2015) menyatakan profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penentu beban pajak, karena semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayar. Sebaliknya jika laba yang dihasilkan sedikit, maka beban pajak yang dibayar akan semakin kecil bahkan tidak perlu membayar jika mengalami kerugian. Profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) untuk melihat rasio profitabilitas dalam suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai rasio profitabilitas yang rendah maka akan berdampak pada beban pajak yang akan dibebankan rendah dan sebaliknya jika memiliki rasio profitabilitas yang tinggi maka pajak yang dibebankan juga tinggi (Windaswari & Merkusiwati, 2018). Tingginya beban pajak yang harus dibayar akan mendorong perusahaan dalam melakukan tindakan agresivitas pajak. Menurut penelitian (Andhari & I Made Sukartha, 2017) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak membuktikan berpengaruh signifikan positif. Namun bertentangan sebaliknya dari penelitian yang dilakukan (Yuliana & Wahyudi, 2018) bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak karena tinggi nya tingkat profitabilitas suatu perusahaan dianggap mampu meningkatkan kesadaran

dan juga kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya karena memiliki perhatian khusus dari pemerintah.

Kepemilikan manajerial merupakan sebuah situasi dimana adanya peran ganda antara manajer dan pemegang saham dimana seorang manajer perusahaan memiliki saham perusahaan (Hadi & Mangoting, 2014). Dengan peningkatan kepemilikan manajerial menjadi salah satu kebijakan yang digunakan perusahaan untuk mengurangi tingkat agresivitas pajak. Dalam penelitian (Wijaya, Denny, 2019) menyatakan semakin tinggi tingkat rasio kepemilikan manajerial maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan manajer mempunyai saham perusahaan sehingga cenderung mempertimbangkan kelangsungan perusahaan agar tidak diperiksa terkait permasalahan perpajakan karena tindakan yang terlalu agresif terhadap kebijakan perpajakan yang ada.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis perusahaan, salah satunya perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur dalam bisnis dikenal sebagai perusahaan yang mengelola bahan baku menjadi setengah jadi maupun menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual. Perusahaan manufaktur dibagi menjadi beberapa sektor sesuai dengan barang yang diproduksi. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi menjadi tiga sektor utama yakni : sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Pada penelitian ini akan menggunakan sektor industri barang konsumsi. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan sektor industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman, farmasi, rokok, kosmetik, dan barang keperluan rumah tangga serta peralatan rumah tangga.

Perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor, hal ini dinyatakan (Perindustrian, 2020) bahwa sepanjang tahun 2019, industri makanan dan minuman tumbuh stabil di angka 7,78 persen dengan didukung peningkatan produksi minyak sawit mentah. Tahun 2020 dalam (Perindustrian, 2021a) menyatakan sektor industri makanan dan minuman menjadi salah satu dari lima besar kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di angka 6,66 persen dengan nilai ekspor sebesar 19,58 persen. Sedangkan sepanjang Januari-September 2021 dalam (Perindustrian, 2021b) realisasi investasi di sektor manufaktur tercatat sebesar Rp 236,79 triliun. Angka ini naik 17,3 persen jika dibandingkan dengan realisasi investasi pada periode yang sama di tahun 2020 sebesar Rp 201,87 triliun.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian yang dilakukan terdahulu. Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak yang dilakukan oleh (Leksono et al., 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azzam & Subekti, 2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Selanjutnya penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak yang dilakukan oleh (Andhari & I Made Sukartha, 2017) dan (Napitu & Kurniawan, 2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun berbeda dengan pernyataan yang dilakukan oleh

(Leksono et al., 2019) dan didukung dengan penelitian (Yuliana & Wahyudi, 2018) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Beberapa penelitian mengenai kepemilikan manajerial terhadap agresivitas pajak yang dilakukan oleh (Tjaraka, 2013) dan (Wijaya, Denny, 2019) menyatakan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nadya Tri Rahmawati, 2022) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Adanya *research gap* dari hasil penelitian terdahulu sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan menggunakan variabel, objek, tahun penelitian dan juga metode analisis yang berbeda. Variabel yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan kepemilikan manajerial. Objek yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia pada tahun 2019, 2020, dan 2021 dengan menggunakan *E-views* 9 dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah, antara lain :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mencapai tujuan yang diinginkan, objek penelitian yang akan diambil merupakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang disusun diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian, antara lain :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Ilmiah

Adapun kegunaan ilmiah dalam penelitian ini, antara lain :

- 1) Dapat mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak.
- 2) Dapat mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak.
- 3) Dapat mengetahui prngaruh kepemilikan manajerial terhadap agresivitas pajak.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini, antara lain :

- 1) Bagi perusahaan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam melakukan manajemen pajak terutama mengenai perencanaan pajak dalam melakukan agresivitas pajak sesuai dengan perundang-undangan perpajakan yang berlaku tanpa adanya penyimpangan sebagaimana mestinya.
- 2) Bagi pembaca dan peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan juga literatur dalam memberikan informasi dan juga bahan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian terkait.

1.6. Sistematis Penulisan

Berikut sistematis penulisan dalam penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang pendahuluan penelitian yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematis penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, hubungan antar variabel dalam penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan juga penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel,

teknik pengolahan data, teknik analisis data, serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dan juga pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang 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. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi yang harus dibayar wajib pajak, dimana wajib pajak dimaksud adalah orang pribadi atau badan yang meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak dengan hak dan kewajiban perpajakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Secara umum fungsi pajak ada 4, antara lain :

1. Fungsi anggaran (*Budgetair*), yang merupakan sumber dana bagi pemerintahan untuk membiayai pengeluaran- pengeluaran.
2. Fungsi mengatur (*Regulerend*), sebagai alat pengatur atau pelaksana di bidang sosial ekonomi dalam pemerintah.
3. Fungsi Stabilitas, dimana pajak sebagai penerimaan negara yang digunakan untuk mendanai dan melaksanakan kebijakan- kebijakan pemerintahan.
4. Fungsi redistribusi pendapatan, yang digunakan untuk pembangunan nasional sehingga membuka lapangan kerja bagi masyarakat . Dengan adanya lapangan kerja maka akan ada penyerapan tenaga kerja sehingga pendapatan masyarakat diperoleh secara merata.

Dari pembahasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa penerimaan pajak harus dioptimalkan demi kelancaran pembangunan nasional dan pertumbuhan ekonomi. Namun bagi suatu perusahaan atau pelaku usaha, pembayaran pajak dianggap sebagai beban dimana perusahaan akan berusaha untuk meminimalkan pajak yang dibayar agar memperoleh laba yang lebih optimal. Beban pajak yang dikenakan pada penghasilan perusahaan yang diperoleh dianggap beban yang wajib dibayarkan dalam menjalankan kegiatan usaha. Setelah pajak yang dikenakan dipotong, maka akan mengurangi laba yang ada.

Oleh karena itu, adanya manajemen pajak yang dibuat perusahaan sebagai salah satu cara dalam memenuhi kewajiban pajak dan pajak yang dibayarkan bisa ditekan seminimal mungkin untuk memperoleh laba yang diharapkan. Manajemen pajak membuat perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak (*tax planning*) yang dibuat harus sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan untuk memaksimalkan penghasilan setelah pengurangan pajak sehingga laba yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan.

Suatu perusahaan dikatakan melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan tersebut berusaha mengurangi pajak secara agresif, dengan menggunakan *tax avoidance* dan *tax evasion* yang legal maupun ilegal. Meskipun tindakan perencanaan pajak yang dilakukan sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang ada, namun jika terlalu banyak celah yang dimanfaatkan perusahaan untuk menghindari pajak maka perusahaan dianggap semakin agresif.

2.1.1. Teori Keagenan (*Theory Agency*)

Teori keagenan dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 menjelaskan mengenai pemisahan antara pemilik (*principal*) dan pengelola (*agent*) dalam suatu perusahaan yang dapat menimbulkan masalah keagenan (*agency problem*). Istilah yang digunakan dalam teori ini yaitu *principal* sebagai pemegang saham dalam perusahaan selaku pemilik atau pemberi kerja sedangkan *agent* adalah pengelola atau manajemen dalam perusahaan yang mengelola perusahaan. Dalam (Putra, 2012) kepemilikan dan pengelolaan yang terpisah dalam suatu perusahaan menjadi salah satu faktor adanya konflik kepentingan yang dikenal dengan konflik keagenan (*agency theory*). Konflik yang timbul diantara pihak yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang berbeda dapat menghambat serta menyulitkan perusahaan dalam mencapai target kinerja baik untuk menghasilkan nilai untuk perusahaan itu sendiri dan juga bagi pemegang saham.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa munculnya teori agensi ini karena adanya sebuah perjanjian atau kontrak kerja antara pemilik (*principal*) yang mempunyai wewenang dengan pengelola (*agent*) yang diberi kewenangan mengelola dan menjalankan perusahaan dalam mencapai tujuan utama yaitu memaksimalkan laba yang diperoleh. Seorang pengelola (*agent*) memiliki kewajiban untuk memberikan informasi mengenai perusahaan kepada pemilik perusahaan (*principal*) karena dianggap mengetahui serta memahami keadaan perusahaan. Namun sering terjadinya manajemen perusahaan tidak melaporkan keadaan sebenarnya dari perusahaan. Hal ini dilakukan karena untuk menutupi

kelemahan kinerja manajemen. Tindakan tersebut bisa terjadi karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan pengelola (*agent*) sehingga menimbulkan berbagai masalah keagenan seperti asimetris informasi. Asimetris informasi ini terjadi karena manajemen dalam suatu perusahaan yang pada dasarnya memiliki informasi yang lebih banyak mengenai keadaan perusahaan yang tidak diketahui pihak lain sehingga mendorong pihak manajemen untuk melakukan tindakan yang hanya menguntungkan pihak manajemen.

2.1.2. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behaviour*)

Teori ini merupakan hasil pengembangan dari Icek Ajzen melalui artikelnya yang berjudul “*From intentions to actions : A Theory of Planned Behavior*” pada tahun 1985. Teori ini membahas tentang prediksi perilaku secara spesifik. Dalam (Nyoman Putra Yasa & Aristia Prayudi, 2017) menjelaskan bahwa *Theory of Planned Behavior* (teori perilaku terencana) dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (teori tindakan beralasan). Teori ini menjelaskan bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol penuh individu. Teori ini juga berkaitan dengan hubungan antara keyakinan dan perilaku, yang menjelaskan tiga faktor yakni sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku membentuk niat perilaku individu. Dalam *Planned of behavior theory* atau teori perilaku terencana merupakan teori yang dirancang untuk memprediksi

dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu. Faktor pertama yaitu sikap terhadap perilaku yang mengacu pada niat individu dalam melakukan perilaku tertentu. Hal ini bisa diasumsi bahwa niat dapat menjadi motivasi yang berpengaruh terhadap perilaku. Maka dapat disimpulkan semakin kuat niat yang dimiliki, semakin besar pula kinerja yang dihasilkan. Faktor kedua merupakan norma subjektif yang mengacu pada tekanan sosial yang didapatkan oleh individu yang bisa menjadi penentu dalam melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku. Norma subjektif ini dapat menjadi faktor pendukung maupun penghambat dalam melakukan suatu perilaku. Faktor ketiga yaitu persepsi pengendalian perilaku yang mengacu pada kemudahan dan kesulitan yang dirasakan oleh individu dalam melakukan suatu perilaku.

2.1.3. Ukuran Perusahaan

2.1.3.1. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang penting dalam perusahaan. Dalam penelitian (Nugraha, 2015) menjelaskan ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Menurut (Steven et al., 2018) ukuran perusahaan merupakan suatu pengklasifikasian sebuah perusahaan berdasarkan asset yang dimiliki oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian (Leksono et al., 2019), ukuran perusahaan merupakan suatu identitas perusahaan yang dinilai berdasarkan skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara seperti

melihat log total aktiva perusahaan, kapitalisasi pasar perusahaan, penjualan perusahaan dan lainnya.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan pengklasifikasian skala besar kecilnya perusahaan yang dinyatakan berdasarkan total aktiva atau total penjualan bersih. Ukuran perusahaan juga memengaruhi pajak penghasilan yang akan dibayarkan. Secara langsung, ukuran perusahaan mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula aktivitasnya. Semakin besar aktivitas perusahaan menunjukkan bahwa penghasilan yang diperoleh besar. Maka pajak yang dibayarkan juga besar. Perusahaan yang dapat membuat perencanaan pajak dengan baik dapat mengurangi pajak yang harus dibayar.

2.1.3.2. Kriteria Ukuran Perusahaan

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha. Kriteria modal usaha atau hasil penjualan sebagaimana yang dimaksud terdiri atas :

- a. Usaha mikro, dengan kriteria sebagai berikut :
 1. Memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);

- b. Usaha kecil, dengan kriteria sebagai berikut :
 - 1. Memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
- c. Usaha menengah, dengan kriteria sebagai berikut:
 - 1. Memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).)

2.1.3.3. Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai nilai pada laporan keuangan seperti total aktiva, modal, penjualan, laba dan lainnya untuk menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- 1. Ukuran perusahaan = Ln (Total Aset). Aset merupakan sumber daya atau harta kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka menggambarkan kekayaan perusahaan dan juga kinerja yang baik sehingga akan menarik investor.

2. Ukuran perusahaan = $\ln$ (Total Penjualan). Total penjualan merupakan keseluruhan dari semua penjualan perusahaan yang diperoleh dari kegiatan bisnis perusahaan.

Dalam penelitian ini akan menggunakan indikator total aset yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Size = \ln \times Total Assets$$

2.1.4. Profitabilitas

2.1.4.1. Pengertian Profitabilitas

Dalam (Nugraha, 2015) menyatakan profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Menurut (Leksono et al., 2019), profitabilitas didefinisikan sebagai kinerja perusahaan dalam memperoleh laba setelah mengurangi beban pajak dan beban lainnya. Berdasarkan penelitian (Andhari & I Made Sukartha, 2017), profitabilitas dapat dilihat dari perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dengan melihat tingkat penjualan, aset, dan nilai pasar sahamnya. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu yang dilihat dari penjualan dan aset serta nilai pasarnya kemudian dikurang dengan beban pajak dan beban lainnya. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penentu beban pajak, karena semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayar. Sebaliknya jika laba yang dihasilkan sedikit maka beban pajak yang

dibayar akan semakin kecil bahkan tidak perlu membayar jika mengalami kerugian.

2.1.4.2. Fungsi Profitabilitas

Profitabilitas dapat berfungsi sebagai berikut :

1. Mengukur dan mengerhaui besarnya laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Menilai dan membandingkan posisi laba perusahaan dari tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Rasio profitabilitas dapat digunakan oleh para investor dalam pengambilan keputusan dalam investasi.
4. Membantu dalam pengevaluasikan kinerja perusahaan dengan melihat perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.
5. Mengetahui laba bersih perusahaan setelah pajak dan modal.
6. Menilai produktivitas perusahaan dari seluruh dana yang digunakan dari modal pinjaman maupun modal komisaris dan manajer.

2.1.4.3. Rasio Profitabilitas

1. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Margin laba kotor merupakan rasio profitabilitas untuk menilai laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Laba kotor pada laporan arus kas menunjukkan besaran laba yang diperoleh perusahaan dengan mempertimbangkan biaya yang terpakai untuk memproduksi produk atau jasa.

2. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi pajak pendapatan dari penjualan.

3. Rasio Pengembalian Aset (*Return on Assets*)

Rasio pengembalian aset merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai persentase keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan berhubungan dengan sumber daya atau total aset yang dimiliki. Dengan rasio ini akan memudahkan perusahaan dalam mengelola asetnya karena dapat dilihat dengan rasio ini.

4. Rasio Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity*)

Rasio pengembalian ekuitas merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan yang ditunjukkan dalam persentase pada laporan keuangan.

5. Rasio Pengembalian Penjualan (*Return on Sales*)

Return on Sales merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk menunjukkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pengurangan biaya-biaya variabel produksi sebelum pengurangan pajak dan bunga.

6. *Return on Investment (ROI)*

Return on Investment merupakan rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih dikurangkan pajak terhadap total aktiva. Rasio ini digunakan untuk

mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan.

7. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share merupakan rasio profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan.

Dalam penelitian akan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA) yang dilihat dari laporan keuangan atau didapat dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Assets}}$$

2.1.5. Kepemilikan Manajerial

2.1.5.1. Pengertian Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang dimana manajemen tersebut ikut aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan (Sitty Fadhila et al., 2017). Kepemilikan manajerial merupakan kondisi dimana terdapat peran ganda oleh seorang manager perusahaan sebagai manajer dan pemegang saham yang turut aktif dalam pengambilan keputusan (Pujiati, 2015). Salah satu kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan dalam meminimalkan masalah keagenan adalah meningkatkan kepemilikan manajerial dimana seorang manajer harus memenuhi kepentingan pemegang saham yang merupakan dirinya sendiri. Dalam (Tjaraka, 2013) menyatakan semakin tinggi rasio kepemilikan manajerial maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan manager juga memiliki saham yang akan cenderung mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan sehingga tidak akan ingin jika perusahaan diperiksa terkait permasalahan perpajakan.

2.1.5.2. Indikator Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan indikator jumlah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dari seluruh jumlah modal saham yang beredar. Pihak manajemen yang dimaksud adalah manajer, komisaris dan direktur. Kepemilikan manajerial diukur dari proporsi saham yang dimiliki perusahaan pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persentase (Andhari & I Made Sukartha, 2017). Proksi kepemilikan manajerial adalah dengan menggunakan persentase kepemilikan manajer, komisaris, dan direktur terhadap total saham yang beredar (Pujiati, 2015). Untuk menghitung kepemilikan manajerial dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{MNJR} = \frac{\text{Jumlah Saham Komisaris,Direksi,dan Manajer}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.1.6. Agresivitas Pajak

2.1.6.1. Pengertian Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan upaya dalam meringankan pajak dengan melakukan penghematan pajak dengan menggunakan cara yang legal sesuai dengan aturan yang berlaku (Marlina, 2019). Sedangkan dalam penelitian (Nugraha, 2015) menyatakan bahwa agresivitas pajak merupakan kegiatan spesifik yang mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah menurunkan kewajiban pajak perusahaan.

Dalam penelitian (Lanis & Richardson, 2013) menyatakan agresivitas pajak sebagai tindakan dalam meminimalkan beban pajak dengan cara legal, ilegal atau keduanya. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa

agresivitas pajak merupakan suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan melalui perencanaan pajak baik dengan cara legal maupun ilegal.

2.1.6.2. Indikator Agresivitas Pajak

Pada penelitian ini akan menggunakan komponen pengukuran *effective tax rate* (ETR). Semakin rendah nilai ETR yang dihasilkan perusahaan, semakin baik untuk perencanaan pajak perusahaan. Sedangkan semakin tinggi nilai ETR, menunjukkan perusahaan tersebut taat dalam membayar pajak (Sari & Prihandini, 2019). ETR didapat dengan cara membagi beban pajak dengan laba sebelum pajak. ETR digunakan karena dianggap dapat menunjukkan secara menyeluruh mengenai beban pajak yang akan berdampak pada laba akuntansi yang dapat dilihat dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan. (Rist & Pizzica, 2015) dalam (Marlina, 2019) mengaplikasikan rumus pengukuran *Effective Tax Rate* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ETR = \frac{Tax\ Expense}{Pretax\ Income}$$

Keterangan :

1. ETR, merupakan *effective tax rate* berdasarkan pelaporan akuntansi keuangan yang berlaku.
2. *Tax Expense*, merupakan total beban pajak penghasilan perusahaan berdasarkan laporan keuangan
3. *Pretax Income*, merupakan pendapatan sebelum pajak perusahaan berdasarkan laporan keuangan

2.1.7. Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi

Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan sektor industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman, farmasi, rokok, kosmetik, dan barang keperluan rumah tangga serta peralatan rumah tangga. Perusahaan yang bergerak di bidang ini cukup diminati oleh para investor, hal ini dinyatakan (Perindustrian, 2019) bahwa sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 7,9 persen yang mana melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Tahun 2019, industri makanan dan minuman tumbuh stabil di angka 7,78 persen dengan didukung peningkatan produksi minyak sawit mentah (Perindustrian, 2020). Sedangkan tahun 2020 dalam (Perindustrian, 2021a) menyatakan sektor industri makanan dan minuman menjadi salah satu dari lima besar kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di angka 6,66 persen dengan nilai ekspor sebesar 19,58 persen.

2.2. Hubungan Antar Variabel

2.2.1. Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Dalam (Nugraha, 2015) menjelaskan ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas, dimana semakin tinggi aktivitas perusahaan menunjukkan penhasilan yang dihasilkan besar sehingga pajak yang harus dibayar juga besar. Ukuran perusahaan juga dapat ditunjukkan melalui kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan tersebut, sehingga ukuran perusahaan memiliki peran dalam menunjukkan adanya

tindakan agresivitas pajak. Dalam penelitian (Luke & Zulaikha, 2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan besar memiliki sumber daya besar untuk melakukan perencanaan pajak yang baik. Perencanaan pajak yang baik mampu mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. (Napitu & Kurniawan, 2017) juga menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya yang dapat digunakan untuk menyusun perencanaan pajak.

2.2.2. Hubungan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Dalam (Nugraha, 2015) menyatakan profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penentu beban pajak, karena semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar pula beban pajak yang harus dibayar. Sebaliknya jika laba yang dihasilkan sedikit, maka beban pajak yang dibayar akan semakin kecil bahkan tidak perlu membayar jika mengalami kerugian. Dalam penelitian (Luke & Zulaikha, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap tindakan agresivitas pajak. Hal yang sama juga dinyatakan dalam penelitian (Napitu & Kurniawan, 2017) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba mempengaruhi tarif pajak yang akan dibayar perusahaan.

2.2.3. Hubungan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian (Boussaidi & Hamed, 2015) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan manajerial maka semakin kecil tindakan agresivitas pajak perusahaan. (Tjaraka, 2013) juga menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif pada agresivitas pajak karena dengan adanya kepemilikan saham manajerial, manajer perusahaan akan cenderung mempertimbangkan kelangsungan perusahaan sehingga tidak akan mengambil resiko terkait dengan permasalahan perpajakan. Artinya dengan adanya kepemilikan manajerial maka tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan akan semakin rendah.

2.3. Kerangka Pemikiran

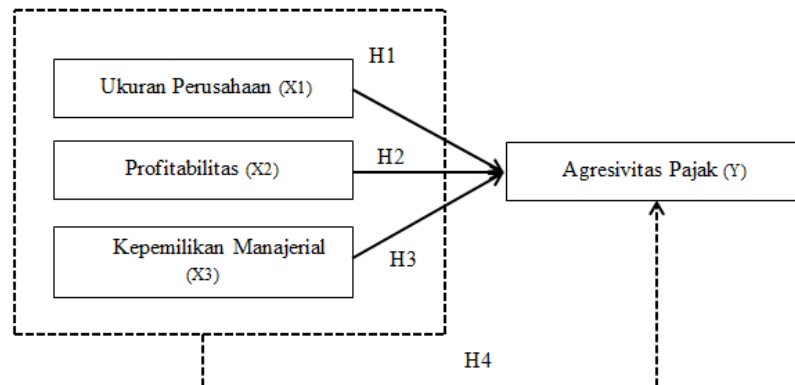
Penelitian ini mencari tahu mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajak melalui perencanaan pajak. Namun tidak semua perusahaan yang melakukan perencanaan pajak dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak. Suatu perusahaan dapat dikatakan melakukan agresivitas pajak apabila perusahaan tersebut berusaha melakukan pengurangan beban pajak secara agresif baik dengan cara yang legal maupun illegal.

Tindakan agresivitas pajak dapat dijelaskan dengan menggunakan dua teori yaitu teori agensi (*Agency Theory*) dan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*). Teori agensi menjelaskan adanya pemberian tugas yang dilakukan oleh pihak agen yang dituntut untuk memberikan kinerja baik demi meningkatkan laba perusahaan dengan meminimalkan beban pajak perusahaan.

Sedangkan dalam teori perilaku terencana menjelaskan kemungkinan perilaku yang dilakukan oleh individu maupun kelompok tidak semua dilakukan secara penuh dibawah kendali. Tindakan agresivitas pajak yang dilakukan dengan melakukan perencanaan pajak dengan menghindar pajak diperbolehkan apabila dilakukan sesuai berdasarkan Undang-Undang (UU) dan peraturan perpajakan lainnya yang berlaku.

Tindakan agresivitas pajak yang dapat dilihat dari ukuran perusahaan ditunjukkan melalui kuantitas dan kualitas SDM yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar diyakini memiliki kuantitas SDM yang tinggi dan juga kualitas yang baik, sehingga dianggap memahami pengetahuan mengenai perpajakan secara baik. Tindakan agresivitas juga dapat dilakukan melalui profitabilitas. Perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas yang tinggi akan berdampak pada pembayaran beban pajak yang tinggi dan sebaliknya. Peningkatan kepemilikan manajerial juga menjadi salah satu kebijakan yang digunakan perusahaan dalam mengurangi tingkat agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan manajer yang mempunyai saham perusahaan akan cenderung mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan agar tidak diperiksa dan bermasalah dengan urusan perpajakan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————> : Secara Parsial
 - - - - -> : Secara Simultan

Sumber : Konsep yang digunakan untuk penelitian, 2022

2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis diatas, maka dapat diambil beberapa hipotesis, sebagai berikut :

H1 : Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

H2 : Diduga profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

H3 : Diduga kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak

H4 : Diduga ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan secara simultan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak

2.5. Penelitian Terdahulu

1. (Luke & Zulaikha, 2016) dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) dan intensitas persediaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan *return on asset* (ROA) dan ukuran perusahaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap agresivitas pajak.
2. (Napitu & Kurniawan, 2017) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda (*multiple regression*), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:
 - 1) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan perusahaan tidak berfokus pada pengungkapan CSR sebagai salah satu proksi yang dapat menurunkan nilai ETR. Program CSR masih terbatas pada realisasi program *charity* yang belum mampu memberdayakan masyarakat.
 - 2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Ini mengindikasikan bahwa profitabilitas perusahaan berdampak pada peningkatan agresivitas pajak. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas tinggi akan semakin mudah untuk mengatur sumber daya perusahaan yang nantinya akan dapat meminimalkan jumlah beban pajak

yang harus dibayarkan. Rendahnya beban pajak yang dibayarkan akan ditunjukkan dengan nilai ETR yang semakin rendah.

- 3) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan karena perusahaan berskala besar mempunyai lebih banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk perencanaan pajak. Sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan oleh manajer untuk memaksimalkan kinerja manajer dengan cara menekan beban pajak perusahaan
3. (Wijaya, Denny, 2019) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak” menyatakan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan positif terhadap CETR, dimana artinya semakin banyak pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin meningkat tingkat agresivitas pajak penghasilan perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CETR karena pada penelitian ini variabel *leverage* tidak dominan bagi bagi perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki nilai *leverage* yang tinggi tidak efektif dalam memanfaatkan beban bunga sebagai pengurang pajak karena dituntut untuk mempertahankan laba periode berjalan.
4. (Leksono et al., 2019) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017”. Berdasarkan hasil analisis dan

pembahasan maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

5. (Boussaidi & Hamed, 2015) dengan judul “*The Impact of Governance Mechanisms on Tax Aggressiveness: Empirical Evidence from Tunisian Context*”. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa peran direktur dan kepemilikan manajerial akan mengurangi tindakan agresivitas pajak. Sebaliknya, tujuan dari pemilik saham akan memperkuat tindakan agresivitas pajak. Fenomena ini menjelaskan bahwa pemilik saham akan memaksimalkan laba dan melakukan pemindahan kekayaan melalui tindakan fiskal yang rumit secara agresif dengan menyembunyikan proses pemindahan kekayaan yang merugikan pihak luar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sholihah, 2020) merupakan proses observasi atau pengamatan obyek secara mendalam dengan menggunakan pengalaman sebagai dasar analisisnya. Sedangkan (Creswell, 2012) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode pendekatan yang digunakan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel dalam penelitian. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melibatkan teori dan hipotesis yang menentukan subjek berdasarkan pengumpulan data yang berbentuk angka yang dapat dihitung. Bagian inti dari penelitian kuantitatif ini terletak pada proses pengukuran karena hal ini menjelaskan hubungan fundamental antara pengamat empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

3.2. Jenis Data

Pada penelitian ini akan menggunakan jenis data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak luar untuk keperluan data penelitian (Anwar Sanusi, 2014). Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya atau berasal dari sumber lain. Biasanya berupa grafik, diagram maupun tabel dari sebuah informasi penting. Data sekunder dapat diambil melalui beberapa sumber seperti jurnal, buku, situs maupun dokumen atau laporan keuangan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan

perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses penelitian dimana peneliti mengumpulkan data secara sistematis menggunakan metode ilmiah untuk dianalisa. Teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk bisa mengumpulkan data yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah metode mencari data mengenai variabel terkait yang berupa buku, agenda, catatan, transkrip, dan sebagainya (Suharsimi Arikunto, 2018). Data yang diambil pada penelitian ini berasal laporan keuangan tahunan yang dipublikasi oleh Bursa Efek Indonesia melalui *Indonesian Stock Exchange* (IDX) periode 2019-2021.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kriteria dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis kemudian ditarik kesimpulannya untuk menghasilkan sampel (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 yang berjumlah 72 perusahaan.

Tabel 3. 1
Populasi Penelitian, Kode Saham, Daftar Perusahaan Manufaktur Sektor
Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI tahun 2021

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	BUDI	Budi Starch Sweetener Tbk
6	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
7	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
8	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
9	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk
10	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
11	DLTA	Delta Djakarta Tbk
12	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
13	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk
14	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
15	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
16	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
17	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
18	IIKP	Inti Agri Resources Tbk
19	IKAN	Era Mandiri Cermelang Tbk
20	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
21	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk
22	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
23	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk
24	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
25	MYOR	Mayora Indah Tbk
26	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk
27	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk

28	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk
29	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk
30	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
31	PSGO	Palma Serasih Tbk
32	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
33	SKBM	Sekar Bumi Tbk
34	SKLT	Sekar Laut Tbk
35	STTP	Siantar Top Tbk
36	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk
37	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
38	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk
39	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk
40	GGRM	Gudang Garam Tbk
41	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
42	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk
43	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk
44	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
45	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
46	INAF	Indofarma Tbk
47	KAEF	Kimia Farma Tbk
48	KBLF	Kalbe Farma Tbk
49	MERK	Merck Indonesia Tbk
50	PEHA	Phapros Tbk
51	PYFA	Pyridam Farma Tbk
52	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk
53	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk
54	SOHO	Soho Global Health Tbk
55	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
56	KINO	Kino Indonesia Tbk
57	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk
58	MBTO	Martina Berto Tbk

59	MRAT	Mustika Ratu Tbk
60	TCID	Mandom Indonesia Tbk
61	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
62	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk
63	CBMF	Cahaya Bintang Medan Tbk
64	CINT	Chitose International Tbk
65	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk
66	KICI	Kedaung Indah Can Tbk
67	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
68	SOFA	Boston Furniture Industries Tbk
69	WOOD	Integra Indocabinet Tbk
70	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk
71	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk
72	TOYS	Sunindo Adiperkasa Tbk

Sumber : www.idx.co.id, 2022

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) dalam (Ghozali, 2013) sampel merupakan bagian yang sesuai dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti pada populasi. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana peneliti akan mengambil sampel sesuai dengan kriteria yang sebelumnya ditentukan berdasarkan tujuan dari penelitian dengan beberapa kriteria sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Kriteria Pengambilan Sampel

Kriteria	Sampel
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2021	72
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak terdaftar berturut-turut di BEI pada tahun 2019-2021	(17)
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan pada tahun 2019-2021	(4)
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak memenuhi kriteria variabel pada tahun 2019-2021	(30)
Jumlah perusahaan yang terpilih menjadi sampel penelitian	21
Jumlah tahun penelitian	3
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian	63

Sumber : Data sekunder yang diolah peneliti, 2022

Sesuai dengan kriteria pemilihan sampel diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 21 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan 63 laporan tahunan. Daftar 21 perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3. 3
Sampel Penelitian

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
2	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
3	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk IPO 8 Januari 2019
4	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
7	PSGO	Palma Serasih Tbk IPO 25 November 2019
8	STTP	Siantar Top Tbk
9	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk

10	GGRM	Gudang Garam Tbk
11	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk IPO 4 Juli 2019
12	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
13	PEHA	Phapros Tbk
14	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
15	KINO	Kino Indonesia Tbk
16	MBTO	Martina Berto Tbk
17	TCID	Mandom Indonesia Tbk
18	CINT	Chitose International Tbk
19	KICI	Kedaung Indah Can Tbk
20	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
21	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk

Sumber : Data sekunder yang diolah peneliti, 2022

3.5. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 4
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Ukuran Perusahaan (X_1)	Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. (Nugraha, 2015)	Size = $\ln \times \text{Total Assets}$ (Nugraha, 2015)	Rasio
2	Profitabilitas (X_2)	Profitabilitas merupakan indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan. (Nugraha, 2015)	ROA = $\frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}}$ (Nugraha, 2015)	Rasio

3	Kepemilikan Manajerial (X_3)	Kepemilikan manajerial merupakan kondisi dimana terdapat peran ganda oleh seorang manager perusahaan sebagai manajer dan pemegang saham yang turut aktif dalam pengambilan keputusan. (Pujiati, 2015)	$MNJR = \frac{\text{Jumlah Saham Komisaris, Direksi, dan Manajer}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$ (Pujiati, 2015)	Rasio
4	Agresivitas Pajak (Y)	Agresivitas pajak merupakan upaya dalam meringankan pajak dengan melakukan penghematan pajak dengan menggunakan cara yang legal sesuai dengan aturan yang berlaku. (Marlina, 2019)	$ETR = \frac{\text{Tax Expenses}}{\text{Pretax Income}}$ (Marlina, 2019)	Rasio

Sumber : Peneliti, 2022

3.6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam mengolah data pada penelitian ini menggunakan analisis data sekunder oleh peneliti dibantu dengan program komputer *E-Views 9*.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang dirumuskan yaitu analisis regresi data panel dengan bantuan program *E-Views 9*. Penelitian (Novia Nur Krismaningsih, 2020) menyatakan data panel yang merupakan gabungan antara data runtun waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). Uji regresi data panel ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajerial terhadap variabel dependen agresivitas pajak yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.7.1. Metode Estimasi Model Regresi

Ada beberapa metode yang bisa digunakan dalam mnegestimasi data dengan data panel, antara lain :

3.7.1.1. *Common Effect Model (CEM)*

Common effect model merupakan teknik yang paling sederhana dalam mengestimasi data panel dengan mengkombinasikan *data time series* dan *cross section*. Dengan menggabungkan kedua data tersebut tanpa melihat perbedaan waktu dan individu. Kemudian menggunakan OLS untuk mengestimasi model panel. Dalam pendekatan ini tidak memperhatikan dimensi individu.

3.7.1.2. *Fixed Effect Model (FEM)*

Fixed effect model digunakan untuk mengasumsi bahwa *slope* maupun *intercept* adalah sama baik antara waktu maupun antar individu. Namun asumsi ini sangat jauh dari kenyataan sebenarnya. Adanya variabel-variabel yang tidak semuanya masuk dalam persamaan model yang ada, memungkinkan adanya *intercept* yang tidak konstan. Dengan kata lain, *intercept* ini mungkin berubah untuk setiap waktu dan individu. Pemikiran ini yang menjadi dasar pendekatan pembentukan model tersebut.

3.7.1.3. *Random Effect Model (REM)*

Pada *fixed effect model*, perbedaan antar individu dan waktu ditampilkan melalui *intercept*. Sedangkan pada *random effect model*, perbedaan antar individu dan waktu diakomodasikan melalui *error*. Teknik ini memperhitungkan *error* yang mungkin berkorelasi dengan *data time series* dan *cross section*.

3.7.2. Metode Pemilihan Teknik Estimasi Data Panel

Seperti diketahui terdapat tiga jenis teknik estimasi model regresi data panel, yaitu dengan *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*. Berikut beberapa uji yang bisa dilakukan dalam menentukan metode teknik estimasi model regresi data panel, antara lain :

3.7.2.1. Uji Chow

Uji *Chow* dilakukan untuk menentukan model terbaik antara pendekatan model *common effect model* dan pendekatan *fixed effect model* yang akan digunakan dalam regresi data panel. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *Chow* dilihat dari nilai *probability cross-section Chi-square*. Jika nilai *probability cross-section Chi-square* $> 0,05$, maka model yang dipilih adalah *common effect model*. Jika nilai *probability cross-section Chi-square* $< 0,05$, maka model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

3.7.2.2. Uji Hausman

Uji *Hausman* dilakukan untuk menentukan model terbaik antara pendekatan *fixed effect model* dan pendekatan *random effect model* yang akan digunakan dalam regresi data panel. Dasar pengambilan keputusan jika *Hausman Test* menerima H_1 atau *P Value* $< 0,05$ maka metode yang dipilih adalah *fixed effect model*. Jika *Hausman Test* menerima H_0 atau *P Value* $> 0,05$ maka metode yang dipilih adalah *random effect model*.

3.7.2.3. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji *Lagrange Multiplier* dilakukan untuk menentukan model terbaik antara pendekatan *random effect model* dan pendekatan *common effect model* yang

digunakan dalam regresi data panel. Dasar pengambilan keputusan uji *Lagrange Multiplier* yaitu jika menerima H_1 atau $P \text{ Value} < 0,05$ maka metode yang dipilih adalah *random effect model*. Jika menerima H_0 atau nilai $P \text{ Value} > 0,05$ maka metode yang dipilih adalah *common effect model*. Uji *Lagrange Multiplier* tidak digunakan apabila uji *Chow* dan uji *Hausman* menunjukkan model yang paling tepat digunakan adalah pendekatan model *fixed effect model*.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda yang berbasis pada *ordinary least square (OLS)*. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan adalah model yang terbaik dan dalam hal ketepatan estimasi, tidak bias serta konsisten. Sebelum melakukan analisa regresi berganda dan pengujian hipotesis, harus melakukan beberapa uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendapatkan linear yang baik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan persamaan regresi berfungsi tepat dan valid. Berikut beberapa uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini, antara lain :

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk memastikan menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel sudah terdistribusi normal. Terdapat beberapa macam uji normalitas, antara lain : *Shapiro Wilk*, *Kolmogorov Smirnov*, *Liliefors*, *Jarque-Bera*, dan lain-lain. Pada aplikasi *evIEWS*, uji normalitas yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode

Jarque-Bera. Uji ini merupakan salah satu uji *goodness of fit* yang digunakan untuk mengukur apakah *skewness* dan *kurtosis* sudah sesuai dengan distribusi normal. Dasar pada uji ini adalah berdasarkan nilai *Probability* $> 0,05$ maka dinyatakan data terdistribusi secara normal. Sebaliknya jika nilai *Probability* $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal. Oleh karena itu, nilai absolute dari parameter uji ini dapat menjadi ukuran penyimpangan distribusi normal.

3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu variabel ke variabel yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji *park*, uji *glejser*, dan uji *white*. Data dikatakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

3.7.3.3. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2013) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk menguji multikolinieritas adalah dengan cara melihat nilai korelasi $< 0,09$, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.7.3.4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antara penelitian terhadap suatu variabel. Estimator OLS tidak menghasilkan estimator BLUE karena autokorelasi, hanya LUE. Metode untuk mendeteksi autokorelasi meliputi metode grafis, *Durbin-Watson*, *run*, dan *Lagrange Multiplier*. Uji *Durbin-Watson* digunakan untuk autokorelasi tingkat pertama dan membutuhkan intersep (konstanta) dalam model regresi. Adanya autokorelasi dinilai dengan membandingkan nilai DW dengan tabel DW menggunakan taraf signifikansi 5%. Jika koefisien autokorelasi pada tabel DW lebih besar dari nol maka menunjukkan adanya autokorelasi positif (Ghozali, 2013).

3.7.4. Uji Hipotesis

3.7.4.1. Uji t (Parsial)

Menurut (Ghozali, 2013) uji t-statistik pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dalam variasi variabel independen. Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

3.7.4.2. Uji F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2013) uji f-statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Cara melakukan uji f adalah dengan

membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel. Jika nilai f hitung lebih besar dari f tabel maka semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini juga akan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

3.7.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2013) koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variasi variabel dependen. *Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square*. Untuk regresi dengan satu variabel independen menggunakan nilai R^2 , sedangkan lebih dari dua variabel independen menggunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua variabel, maka yang digunakan adalah *Adjusted R²*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhari, P. A. S., & I Made Sukartha. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Inventory Intensity, Capital Intensity Dan Leverage Pada Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 18.3.
- Anwar Sanusi. (2014). *Pengantar Metodologi Bisnis*. Salemba Empat.
- Azzam, A., & Subekti, K. V. (2019). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan good corporate governance sebagai variabel moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, 4(2), 1–10. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP>
- Boussaidi, A., & Hamed, M. S. (2015). The Impact of Governance Mechanisms on Tax Aggressiveness: Empirical Evidence from Tunisian Context. *Journal of Asian Business Strategy*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2015.5.1/1006.1.1.12>
- Creswell, J. W. (2012). Grounded Theory Designs 13. *Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, 422–500.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hadi, J., & Mangoting, Y. (2014). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Karakteristik Dewan terhadap Agresivitas Pajak. *Tax & Accounting Review*, 4(2), 1–10.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2013). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 26(1), 75–100. <https://doi.org/10.1108/09513571311285621>
- Lazuardi, Y., & Rakhmayani, A. N. (2018). Implementasi Tax Planning Melalui Pemanfaatan Grey Area Perpajakan Untuk Penghematan Pph Terutang. *Jurnal Ekbis*, 19(2), 1157. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v19i2.175>
- 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>
- Luke, L., & Zulaikha, Z. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 13(1), 80–96.

- Marlina, W. (2019). Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan LQ-45 Marlina Widiyanti. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 545–554.
- Nadya Tri Rahmawati, J. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 13(02). <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.485>
- Napitu, A. T., & Kurniawan, C. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014. *Simposium Nasional Akuntansi*, XIX(2), 1–24.
- Novia Nur Krismaningsih. (2020). *Pengaruh Profitabilitas Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jangka Waktu Penyelesaian Audit (Audit Delay) dengan Ukuran Kantor Akuntan Publik Sebagai Moderasi*.
- Nugraha, M. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 4 No., 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Nyoman Putra Yasa, I., & Aristia Prayudi, M. (2017). Perilaku Kepatuhan Perpajakan dalam Perspektif Teori Perilaku Terencana. *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 3, 247–252. www.kemenkeu.go.id,
- Perindustrian, K. (2019). *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun>
- Perindustrian, K. (2020). *Sepanjang 2019, Sektor Industri Unggulan Tumbuh Melesat*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21492/Sepanjang-2019,-sektor-industri-unggulan-tumbuh-melesat>
- Perindustrian, K. (2021a). *Sektor Manufaktur Tumbuh Agresif di Tengah Tekanan Pandemi*. <https://kemenperin.go.id/artikel/22681/Sektor-Manufaktur-Tumbuh-Agresif-di-Tengah-Tekanan-Pandemi->
- Perindustrian, K. (2021b). *Tahun 2021, Menperin: Sektor Industri Masih Jadi Penopang Utama Ekonomi*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23048/Tahun-2021,-Menperin:-Sektor-Industri-Masih-Jadi-Penopang-Utama-Ekonomi>
- Prameswari, F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 74–90.

- Priscilia, A., & Agoes, S. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal MultiParadigma Akuntansi*, I(3), 979–987. <http://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/5603>
- Pujiati. (2015). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial Kepemilikan Institusional Dan Kesempatan Investasi Terhadap Kebijakan Dividen Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2013)*.
- Putra, N. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*. Rajawali Pers.
- 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.
- Rist, M., & Pizzica, A. J. (2015). *Financial Ratios for Executives: How to Assess Company Strength, Fix Problems, and Make Better Decisions*. Apress.
- Sari, P., & Prihandini, W. (2019). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness in Perspective Legitimacy Theory. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.726>
- Sholihah, Q. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Universitas Brawijaya Press.
- Sitty Fadhila, N., Pratomo, D., & Yudowati, S. P. (2017). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen dan Komite Audit Terhadap Tax Avoidance*. 21, 1803–1820. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i03.p04>
- Steven, R., Ratnawati, V., & Julita. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pajak Dengan Indikator Tarif Pajak Efektif (Studi Empiris Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2011-2015). *Jurnal Ekonomi*, 26(2), 122–137. <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/6073/5587>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Tjaraka, O. S. H. H. (2013). Analisis Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Hutang, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Ekonomi Dan Bisnis*.

- Wijaya, Denny, A. S. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak. *Widyakala Journal*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v6i1.147>
- 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. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i03.p14>
- 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 Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 7(2), 105–120.

CURRICULUM VITAE



Nama	: Nelvy Suryani
Tempat/Tanggal Lahir	: Tanjungpinang, 11 Juli 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Buddha
Kewarganegaraan	: Indonesia
Email	: nelvysuryani@gmail.com
Alamat	: Jl. Pramuka
Nama Orangtua	: Ayah Tio Hun Kai Ibu Juliana
Riwayat Pendidikan	: SDN 017 Bukit Bestari SMP Negeri 6 Tanjungpinang SMK Negeri 1 Tanjungpinang STIE Pembangunan Tanjungpinang