

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU AGRESIVITAS PAJAK PADA PERUSAHAAN
FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BEI:
ANALISIS PERIODE 2021-2023**

***FACTORS DETERMINING TAX AGGRESSIVENESS IN FOOD AND
BEVERAGE COMPANIES LISTED ON THE IDX:
ANALYSIS FOR THE 2021-2023 PERIOD***

Nihayatun Nikmah¹, Hetty Muniroh²

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang

E-mail: nihaa43263@gmail.com¹, Hettymuniroh@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of leverage, profitability, and firm size on tax aggressiveness in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2023 period. Data were obtained through documentation, while sample selection was conducted using purposive sampling to meet the established criteria. The total sample used in this study consisted of 18 companies with 97 observations. Data analysis was performed using the SPSS program with multiple linear regression methods, after first passing the classical assumption test to ensure the data met the Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) criteria. The findings of this study indicate that leverage has a significant positive effect on tax aggressiveness, while profitability has an insignificant negative effect on tax aggressiveness, and firm size has a significant negative effect on tax aggressiveness.

Keywords: Leverage, Profitability, Firm Size, Tax Aggressiveness.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Data penelitian diperoleh melalui metode dokumentasi, sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* agar sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 18 perusahaan dengan 97 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS dengan metode regresi linier berganda, setelah terlebih dahulu melewati uji asumsi klasik guna memastikan data memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Temuan hasil penelitian ini menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap agresivitas pajak, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak.

PENDAHULUAN

Sebagai subjek pajak, warga negara Indonesia menjalankan

kewajiban untuk membayar dan menyetor pajak kepada Direktorat Jenderal Pajak baik secara

langsung maupun melalui entitas formal meskipun pada saat ini mereka belum memperoleh manfaat langsung. Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berperan penting dalam mendukung kegiatan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat, yang menggambarkan bahwa pajak adalah mekanisme negara untuk menghimpun dana guna pembiayaan pembangunan.

Masalah muncul ketika pemungutan pajak tersebut dianggap sebagai beban oleh perusahaan, karena mengurangi laba yang dapat diperoleh sehingga pajak dilihat sebagai unsur yang dapat merugikan. Ketidaksesuaian antara kepentingan pemerintah (yang mengumpulkan pajak) dan kepentingan perusahaan (yang ingin meminimalkan beban pajak) mendorong pemilik bisnis atau manajemen perusahaan untuk melakukan tindakan ketidakpatuhan, salah satunya berupa upaya penghindaran pajak.

Menurut Reschiwati dkk. (2022) agresivitas pajak diartikan sebagai perilaku atau sikap manajemen dalam merencanakan pembayaran pajak serendah mungkin dengan memanfaatkan peluang yang ada baik dalam regulasi pajak maupun di luar regulasi pajak. Sebagai bentuk pendekatan korporat yang agresif untuk mengurangi beban pajak, agresivitas pajak memiliki risiko bagi perusahaan, seperti potensi denda dan tercemarnya reputasi (Dewi 2019). Hal tersebut membuat banyak wajib pajak untuk meminimalkan pajak agar mendapatkan laba yang besar (Nukman et al. 2024).

Agresivitas pajak atau *tax aggressiveness* diartikan sebagai tindakan perencanaan pajak oleh perusahaan yang berada dalam wilayah abu-abu antara legal dan ilegal, dengan tujuan mengurangi beban pajak perusahaan secara signifikan (Fitriany &

Istiningtyas, 2023). Meskipun sering dianggap sebagai bentuk dari perencanaan pajak yang ekstrim, praktik agresivitas pajak bertujuan untuk mencapai tingkat pengurangan pajak yang maksimum. Perusahaan memandang bahwa cara-cara ini, meski berisiko tinggi dan berpotensi menimbulkan sengketa dengan otoritas pajak, masih dilakukan untuk meningkatkan keuntungan pemegang saham (Savitri & Prastika, 2024). Namun, praktik ini dapat menimbulkan kerugian bagi negara dan masyarakat luas dalam jangka panjang. Apabila pendapatan negara dari sektor pajak menurun akibat tingginya tingkat agresivitas pajak, maka program-program pembangunan, penyediaan layanan publik, dan alokasi dana untuk kesejahteraan sosial oleh pemerintah akan terganggu (Dewi & Jati, 2023).

Berdasarkan hal tersebut, maka penting dilakukan identifikasi untuk memastikan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap terhadap agresivitas pajak. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak adalah *leverage*. *Leverage* dipakai untuk mengukur sampai seberapa banyak entitas dibiayai oleh modal pinjaman (Sukadana & Triaryati, 2018). *Leverage* yang tinggi cenderung memanfaatkan beban bunga utang sebagai pengurang penghasilan pajak, sehingga dapat menurunkan kewajiban pajak yang harus dibayarkan.

Profitabilitas yaitu kemampuan entitas mendapatkan laba dari produktivitas, penjualan ataupun dari kekayaan yang dipunya entitas (Safitri & Muniroh, 2023). Perusahaan dengan tingkat keuntungan yang tinggi akan menghadapi beban pajak yang semakin besar seiring dengan naiknya laba kena pajak. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, besar potensi penghematan

pajak yang bisa diperoleh perusahaan jika berhasil menurunkan beban pajak.

Ukuran perusahaan yaitu skala guna menerangkan besar kecilnya entitas dilihat dari total aktiva maupun dari tingkat penjualannya (Safitri & Muniroh, 2023). Besarnya ukuran perusahaan menunjukkan struktur organisasi yang kompleks dan kegiatan usaha yang luas yang menjadikan peluang untuk bertindak agresif terhadap pajak. Hasil penelitian sebelumnya telah diselesaikan dengan hasil yang tidak konsisten, oleh karena itu topik ini layak diteliti ulang. Temuan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Niariana & Anggraeni (2022) menunjukkan hubungan negatif signifikan antara *leverage* terhadap agresivitas pajak. Temuan dari penelitian Putra dan Pratami (2024) menyajikan korelasi positif signifikan antara *leverage* terhadap agresivitas pajak.

Profitabilitas juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten dari penelitian yang dilakukan oleh Elen *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara positif signifikan memengaruhi agresivitas pajak sementara penelitian dari Wulandari dan Prasetyo (2022) mengklaim bahwa profitabilitas negatif tidak signifikan memengaruhi agresivitas pajak. Penelitian ukuran perusahaan oleh Andriani dan Halim (2025) menunjukkan korelasi positif tidak signifikan antara ukuran perusahaan dan agresivitas pajak, sementara hasil penelitian Endaryati *et al.* (2021) menunjukkan korelasi negatif tidak signifikan antara ukuran perusahaan dan agresivitas pajak.

Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah subjek dari penelitian yang telah dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mengambil sampel dari sektor yang memiliki karakteristik unik, yaitu tingkat

konsumsi masyarakat yang tinggi dan pertumbuhan industri yang stabil, sehingga laba perusahaan cenderung meningkat dan berpotensi mendorong perilaku agresivitas pajak (Putri dan Sari, 2021). Menurut Wibowo dan Andriani (2020), perusahaan sektor food and beverage memiliki struktur biaya yang kompleks, terutama pada bahan baku dan distribusi, yang dapat memberikan peluang bagi manajemen untuk melakukan perencanaan pajak secara agresif guna meminimalkan beban pajak perusahaan.

Perusahaan *food and beverage* merupakan salah satu sektor manufaktur konsumsi dengan tingkat transparansi laporan keuangan yang tinggi di Bursa Efek Indonesia, sehingga data yang tersedia memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis empiris terhadap praktik agresivitas pajak dengan lebih akurat (Rahmawati dan Nugroho, 2022). Fakta bahwa sektor ini berkontribusi signifikan terhadap penerimaan pajak negara juga menjadi alasan mengapa sektor *food and beverage* layak dijadikan subjek penelitian terkait agresivitas pajak (Anggriani dan Purwantini, 2020).

Tarif pajak yang dipublikasikan mengungkapkan apakah suatu perusahaan terlibat dalam praktik agresivitas pajak. *Effective Tax Rate* (ETR) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat agresivitas pajak perusahaan. Nilai ETR perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2021–2023 menunjukkan hasil yang bervariasi berdasarkan temuan pengolahan data. Rata-rata ETR tercatat sebesar 21,55% pada tahun 2021, meningkat sedikit menjadi 21,65% pada tahun 2022, dan kemudian naik menjadi 26,34% pada tahun 2023.

Pergerakan ini menunjukkan adanya fluktuasi tingkat *Effective Tax*

Rate yang mengindikasikan perbedaan tingkat agresivitas pajak di antara perusahaan *food and beverage* selama periode tersebut, fenomena yang menunjukkan bahwa perusahaan dalam sektor *food and beverage* cenderung melakukan strategi perencanaan pajak secara agresif untuk meminimalkan beban pajak dan memaksimalkan laba setelah pajak., dengan mengacu pada fenomena tersebut, penelitian ini perlu dilakukan untuk menilai sejauh mana faktor-faktor internal perusahaan memengaruhi agresivitas pajak.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak yang diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2023.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut perspektif teori keagenan, hubungan antara *principal* dan agen muncul ketika pihak *principal* (pemerintah) memberikan mandat kepada pihak agen (manajer perusahaan) untuk mengelola keputusan operasional dan perpajakan perusahaan. Manajer memiliki akses informasi yang lebih luas dibandingkan pemerintah sebagai *principal*, sehingga muncul asimetri informasi dan potensi konflik kepentingan dalam praktik pengelolaan pajak perusahaan. Sebagai contoh, penelitian oleh Alkausar *et al.* (2023) menemukan bahwa agresivitas pajak perusahaan terkait erat dengan konflik agensi antara perusahaan dan otoritas pajak, yakni *principal* eksternal, yang menunjukkan bahwa agen (manajer) cenderung melakukan pengelolaan pajak yang lebih agresif untuk kepentingan perusahaan.

Teori agensi menjelaskan bahwa agresivitas pajak muncul sebagai akibat adanya kesenjangan informasi dan perbedaan tujuan antara pemerintah sebagai *principal* dan manajer perusahaan sebagai agen, di mana manajer memanfaatkan kelemahan pengawasan, regulasi atau transparansi untuk melakukan *tax planning* yang agresif (Amri *et al.*, 2023). Perusahaan diasumsikan agresif ketika berupaya menekan beban pajak untuk mengoptimalkan laba. Keterkaitan agresivitas pajak dengan teori agensi muncul saat manajer sebagai agen berusaha menurunkan beban pajak guna menaikkan laba, bertentangan dengan kepentingan pemerintah sebagai *principal* yang menginginkan penerimaan optimal. Tindakan tersebut menimbulkan asimetri informasi, karena pemerintah sulit menilai keputusan pajak perusahaan. Pemerintah perlu memperkuat mekanisme pengawasan dan regulasi agar kepentingan fiskal tetap terlindungi.

Agresivitas pajak berarti usaha perusahaan memanipulasi laba melalui perencanaan pajak legal maupun ilegal dengan tujuan menekan kewajiban pajak (Susanto & Romadhina, 2022). Dunia usaha memandang pembayaran pajak sebagai pengeluaran tambahan yang dapat merugikan keuntungan perusahaan (Rohman dan Alliyah, 2024). Perilaku ini menilai tingkat penghindaran pajak wajib pajak melalui mekanisme yang tetap sesuai peraturan. Aktivitas agresif tidak selalu disebabkan oleh ketidakpatuhan, melainkan strategi efisiensi beban pajak (Romadhina, 2020). Menurut Soelistyono dan Adi (2022), agresivitas pajak merupakan perencanaan pajak untuk menurunkan beban pajak dalam periode tertentu yang berdampak pada penurunan tarif pajak efektif. Strategi ini legal karena

memanfaatkan kelemahan peraturan perpajakan. Alkausar *et al.* (2023) juga menjelaskan bahwa agresivitas pajak merupakan bentuk perilaku manajemen yang agresif dalam mengelola kewajiban pajak guna meningkatkan laba bersih perusahaan dan nilai perusahaan di mata investor, namun praktik ini dapat menimbulkan konsekuensi etis dan reputasional, karena dianggap mengurangi kontribusi perusahaan terhadap penerimaan negara.

Menurut Putra dan Pratami (2024), *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktivitas operasional maupun investasinya. Tingginya tingkat *leverage* menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan eksternal yang dapat menimbulkan beban bunga tinggi. Beban bunga tersebut dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai pengurang laba kena pajak, sehingga dapat menurunkan kewajiban pajak yang harus dibayar.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung melakukan praktik agresivitas pajak untuk meminimalkan beban pajaknya melalui strategi pengelolaan beban bunga. Penelitian oleh Putra dan Pratami (2024) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin tinggi leverage suatu perusahaan, semakin besar kecenderungan perusahaan tersebut untuk melakukan tindakan agresif dalam perencanaan pajaknya. Dengan demikian, hipotesis awal penelitian adalah.

H1: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

Menurut Yuliantoputri & Suhaeli (2022), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki. Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperoleh laba besar, yang pada akhirnya akan meningkatkan beban pajak yang harus dibayarkan. Kondisi ini mendorong manajemen untuk melakukan perencanaan pajak secara agresif agar dapat meminimalkan jumlah pajak yang dibayar tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki insentif yang lebih besar untuk melakukan tindakan agresivitas pajak karena adanya dorongan untuk mempertahankan laba setelah pajak tetap tinggi dan menarik bagi investor. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elen *et al.* (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga dugaan kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.

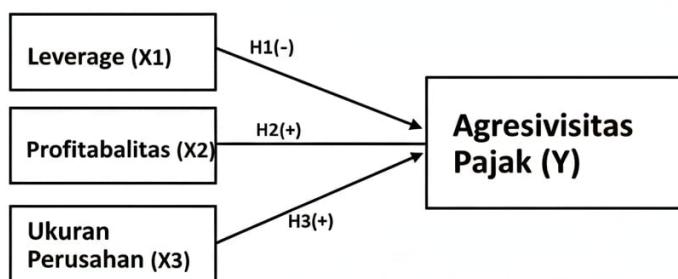
Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar total aset dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki aktivitas bisnis yang lebih kompleks, jumlah transaksi yang tinggi, serta kemampuan finansial yang lebih kuat dibandingkan perusahaan kecil (Niariana & Anggraeni, 2022). Kompleksitas operasional tersebut membuka peluang bagi manajemen untuk memanfaatkan celah-celah peraturan perpajakan dalam

melakukan perencanaan pajak yang agresif.

Perusahaan besar memiliki sumber daya manusia dan akses terhadap konsultan pajak yang lebih profesional, sehingga perusahaan lebih mampu menyusun strategi pajak yang dapat meminimalkan beban pajak tanpa secara langsung melanggar ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini menyebabkan perusahaan dengan ukuran yang lebih

besar cenderung menunjukkan tingkat agresivitas pajak yang lebih tinggi. Penelitian Niariana dan Anggraeni (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis terakhir dalam penelitian ini adalah:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Hasil laporan keuangan yang diperoleh dari www.idx.co.id dijadikan sebagai data sekunder untuk penelitian ini. Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2021-2023 merupakan populasi penelitian. *Purposive sampling* menjadi dasar pemilihan sampel dan hanya 97 perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu selama periode penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan, metode pengujian yang digunakan adalah regresi linear berganda. Namun, pertama diuji dengan uji asumsi klasik. Tujuan melakukan uji asumsi klasik adalah untuk memeriksa apakah estimasi analisis regresi linear berganda akurat dan terpercaya, sehingga model harus sesuai dengan asumsi klasik (Sembiring 2019). Ini adalah persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Variabel yang digunakan adalah agresivitas pajak (Y). Menurut Soelistyono dan Adi (2022), agresivitas pajak merupakan perencanaan pajak untuk menurunkan beban pajak dalam periode tertentu yang berdampak pada penurunan tarif pajak efektif. Pengukurannya menggunakan ETR.

$$ETR = \frac{\text{total beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

Variabel independen yang digunakan yaitu *leverage* (X1), *profitabilitas* (X2), dan *ukuran perusahaan* (X3). *Leverage* mengukur seberapa besar penggunaan hutang dalam pembiayaan perusahaan (Niariana & Anggraeni, 2022). *Leverage* ditentukan dengan membagi total nilai posisi dengan jumlah modal yang

digunakan, atau dalam konteks perusahaan, dengan menggunakan rasio utang terhadap aset.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Profitabilitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang berhubungan dengan penjualan dan efisiensi perusahaan dalam mencapai laba (Rahayu dan Kartika 2021). Profitabilitas perusahaan dapat dipastikan dengan melalui analisis rasio keuangan, rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efisien perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar atau kecilnya perusahaan dengan melihat total aset atau penjualan bersih (Niariana & Anggraeni, 2022). Ukuran perusahaan dihitung menggunakan rumus Ln .

$$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Ghozali (2021), statistik deskriptif adalah metode analisis untuk memberikan gambaran tentang data yang diukur dari nilai-nilai seperti rata-rata (mean), standar deviasi, varian, nilai maksimum, nilai minimum, sum, dan range. Mengacu pada hasil statistik deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 1, penelitian ini menggunakan 54 observasi data. Variabel *Effective Tax Rate* (ETR) memiliki nilai minimum sebesar 0,160 dan maksimum sebesar 0,278, dengan rata-rata sebesar 0,21616 serta standar deviasi sebesar 0,026457. Variabel *Debt to Asset Ratio* (DAR) menunjukkan nilai minimum 0,001 dan maksimum 0,696, dengan rata-rata 0,29020 dan standar deviasi 0,179423. Selanjutnya, variabel *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai minimum 0,003 dan maksimum 0,209, dengan rata-rata 0,08913 dan standar deviasi 0,054490. Terakhir, variabel *Firm Size* (SIZE) memiliki nilai minimum 3,04 dan maksimum 3,43, dengan rata-rata sebesar 3,2841 dan standar deviasi 0,09697.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	54	,160	,278	,21616	,026457
DAR	54	,001	,696	,29020	,179423
ROA	54	,003	,209	,08913	,054490
SIZE	54	3,04	3,43	3,2841	,09697
Valid (listwise)	N	54			

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar model yang terdiri dari variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi (R^2) yang rendah mengindikasikan bahwa variabel

independen memiliki daya jelaskan yang kecil terhadap variabel dependen. Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square Koefisien Determinasi terkoreksi adalah 0,188. Variabel independen yang digunakan dalam model ini adalah *Leverage* (DAR), Profitabilitas (ROA), dan Ukuran Perusahaan (SIZE),

sementara variabel dependennya adalah Agresivitas Pajak. Dengan kata lain, variasi pada *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan Agresivitas

Pajak sebesar 18,8%. Sementara itu, sisa 81,2% (dihitung dari 100% - 18,8%) dari variasi Agresivitas Pajak dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen yang diteliti dalam model ini.

Tabel 2. Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,483 ^a	,234	,188	,023846

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DAR

Uji hipotesis dalam penelitian dilakukan menggunakan uji-t. Menurut Ghazali (2021) uji Statistik t (atau Uji Parsial) bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Arah tanda dan tingkat signifikansi menunjukkan bagaimana seriap variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	,190	,111		,093
DAR	,070	,018	,477	,000
ROA	-,020	,061	-,041	,746
SIZE	,002	,034	,008	,947

a. Dependent Variable: ETR

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji-t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2021), uji-t digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Arah koefisien serta tingkat signifikansi (Sig.) menjadi dasar untuk menentukan hubungan dan pengaruh antar variabel.

Berdasarkan hasil uji-t pada Tabel 3, variabel *leverage* (DAR) memiliki nilai koefisien sebesar 0,070 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini

menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan agresivitas pajak. Hal ini karena tingginya utang memberikan peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan beban bunga sebagai pengurang laba kena pajak. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra dan Pratami (2024) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai koefisien -0,020 dengan

tingkat signifikansi 0,746 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, tingkat keuntungan perusahaan tidak selalu menjadi indikator adanya tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki laba tinggi cenderung lebih patuh terhadap peraturan perpajakan untuk menjaga reputasi. Hasil ini mendukung penelitian Wulandari dan Prasetyo (2022) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.

Sementara itu, variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai koefisien 0,002 dengan tingkat signifikansi 0,947 yang juga lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, besar kecilnya perusahaan tidak menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat agresivitas pajak. Perusahaan besar justru lebih diawasi oleh pemerintah sehingga cenderung berhati-hati dalam praktik pajak. Hasil ini konsisten dengan penelitian Andriani dan Halim (2024) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh temuan bahwa *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak dengan tingkat koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 18,8%. Nilai ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi agresivitas pajak

sebesar 18,8%, sedangkan sisanya sebesar 81,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Hasil ini mengindikasikan bahwa masih terdapat banyak variabel lain yang berpotensi memengaruhi agresivitas pajak, seperti *capital intensity*, *inventory intensity*, *financial distress*, atau *corporate social responsibility* (CSR) yang belum dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan sampel yang lebih luas dan periode pengamatan yang lebih panjang, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan akurat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkausar, F., Rahmadani, N., & Yulianti, R. (2023). Agency Theory Perspective on Corporate Tax Aggressiveness in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 20(2), 134–148.
- Amri, M., Syafitri, D., & Rahmawati, E. (2023). Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 14(1), 22–33.
- Andriani, M., & Halim, A. (2024). Firm Size and Corporate Tax Aggressiveness: Evidence from Indonesian Listed Companies. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 27(1), 45–59.
- Anggriani, R., & Purwantini, D. (2020). Kontribusi Sektor Food and Beverage terhadap Penerimaan Pajak Negara. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 9(2), 87–98.
- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., & Larcker, D. F. (2012). The

- incentives for tax planning. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1–2), 391–411.
- Budiman, J., & Setiyono, H. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 23(2), 65–78.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41–61.
- Dewi, N. P. (2019). Konsekuensi Etis dari Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 8(1), 55–67.
- Elen, M., Sari, A., & Lestari, H. (2024). Profitability and Tax Aggressiveness: Empirical Evidence from Manufacturing Companies in Indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 16(2), 98–110.
- Endaryati, S., Rahma, N., & Lestari, T. (2021). Firm Size, Leverage, and Tax Avoidance in Manufacturing Companies. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi*, 13(3), 210–222.
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax reporting aggressiveness and its relation to aggressive financial reporting. *The Accounting Review*, 84(2), 467–496.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M. (2018). Pajak dan Pembangunan Ekonomi Nasional. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kurniasih, T., & Sari, M. (2019). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 20(1), 1–13.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108.
- Lestari, D., & Nurhayati, S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 223–235.
- Niariana, N., & Anggraeni, L. (2022). Leverage, Firm Size, and Corporate Tax Aggressiveness: Study on Manufacturing Companies. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 21(1), 70–82.
- Nuraini, D., & Sari, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 26(1), 1–10.
- Putra, R., & Pratami, S. (2024). Leverage dan Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 25(2), 157–169.
- Putri, D., & Sari, A. (2021). Analisis Agresivitas Pajak pada Sektor Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 12(3), 165–177.
- Rahayu, S., & Kartika, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 35–47.
- Rahmawati, A., & Nugroho, P. (2022). Transparansi Laporan Keuangan dan Penghindaran Pajak di Sektor Konsumsi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(2), 112–123.

- Reschiwati, E., Kurniawan, H., & Sulastri, D. (2022). Agresivitas Pajak dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Pajak dan Akuntansi*, 10(2), 45–57.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of tax avoidance: Evidence from Australia. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9(2), 83–99.
- Safitri, R., & Muniroh, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 12(2), 132–144.
- Sembiring, R. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Panduan Analisis Regresi dan Asumsi Klasik. Medan: Pustaka Mandiri.
- Soelistyono, A., & Adi, P. (2022). Tax Planning dan Agresivitas Pajak pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 7(1), 56–69.
- Susanto, R., & Romadhina, A. (2022). Tax Aggressiveness and Firm Performance: Evidence from Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(1), 88–102.
- Wibowo, A., & Andriani, S. (2020). Struktur Biaya dan Perencanaan Pajak pada Sektor Food and Beverage di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(3), 201–214.
- Wulandari, D., & Prasetyo, F. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 25(1), 40–51.
- Yuliantoputri, R., & Suhaeli, T. (2022). Profitability and Tax Aggressiveness: Empirical Evidence from Indonesian Firms. *Jurnal Akuntansi Global*, 9(2), 77–89.
- Zain, M. (2020). *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.