

Pengaruh Profitabilitas, *Capital Intensity*, Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* Terhadap Agresivitas Pajak

Marcel Ruly Pratama¹⁾*, Purwantoro²⁾, Melati Oktafiyani³⁾, Lilis Setyowati⁴⁾

Program Studi Akuntansi, Universitas Dian Nuswantoro^{1,2,3,4}

212202104422@mhs.dinus.ac.id¹⁾*, purwantoro@dsn.dinus.ac.id²⁾,

melati.oktafiyani@dsn.dinus.ac.id³⁾, lilis.setyowati@dsn.dinus.ac.id⁴⁾

ABSTRACT

This research aims to identify the impact of capital intensity, company size, profitability and sales growth on tax aggressiveness in consumer non-cyclical sector companies listed on the IDX during the period 2020 to 2023. This type of research is quantitative, with secondary data obtained from the company's financial statements. The population in this research is consumer non-cyclical sector companies listed on the IDX for the period 31 December 2023. There are 125 companies in the study's population. During the study period, 152 data points were sampled using the purposive sampling method. Data analysis technique using panel data regression using Eviews version 12. The results capital intensity variable has an effect on tax aggressiveness. While profitability, company size, and sales growth do not have an effect on tax aggressiveness.

Keywords: *Capital Intensity, Company Size, Profitability, Sales Growth, Tax Aggressiveness*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *capital intensity*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2020 sampai dengan tahun 2023. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di BEI periode 31 Desember 2023. Jumlah perusahaan yang menjadi populasi penelitian sebanyak 125 perusahaan. Selama periode penelitian, diambil sampel sebanyak 152 data dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan regresi data panel dengan menggunakan Eviews versi 12. Hasil penelitian menunjukkan variabel *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: *Capital Intensity, Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Sales Growth, Agresivitas Pajak*

PENDAHULUAN

Pajak ialah suatu kewajiban yang dikenakan oleh pemerintah kepada orang atau entitas bisnis tanpa adanya imbalan langsung, yang digunakan untuk mendanai pengeluaran publik serta pembangunan negara. Penerimaan pajak di Indonesia merupakan sumber pendapatan yang krusial guna mendukung anggaran penerimaan negara (Hanum & Faradila, 2023). Pemasukan pajak tersebut dimanfaatkan oleh pemerintah untuk meningkatkan aset negara dan memperbaiki infrastruktur yang

ada. Dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya, perpajakan memberikan kontribusi terbesar terhadap pendapatan negara. Bahkan pada tahun 2023 menurut bps.go.id (2023) realisasi total penerimaan negara mencapai Rp 2.637 triliun, dengan 80,32% diantaranya berasal dari penerimaan pajak. Hal ini mengakibatkan APBN sangat bergantung kepada sektor perpajakan.

Upaya pemerintah dalam melaksanakan pemungutan pajak sering kali tidak diterima dengan baik oleh perusahaan. Pemerintah berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan pajak demi mendukung pertumbuhan ekonomi negara, sedangkan perusahaan berfokus pada pengurangan beban pajak agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal (Dewi & Oktaviani, 2021). Karena pajak tidak secara langsung menguntungkan entitas bisnis, pajak berupaya mengendalikan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Akibatnya, perusahaan biasanya menggunakan taktik perpajakan yang agresif, yang terkadang disebut agresivitas pajak, dalam upaya menurunkan pembayaran pajak mereka.

Peristiwa yang dianalisis dalam penelitian ini terjadi pada tahun 2021, saat PT. Indofood Sukses Makmur dilaporkan terlibat dalam penggelapan pajak senilai Rp1,3 miliar di Indonesia. Mereka diduga melakukan tindakan tersebut dengan mendirikan perusahaan baru, kemudian mengalihkan aset, liabilitas, dan operasi divisi mereka ke PT. Indofood CBP Sukses Makmur. Alhasil, total aset PT. Indofood Sukses Makmur meningkat dari Rp170 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp180 triliun pada tahun 2022. Begitu pula dengan total pendapatan yang meningkat dari Rp99 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp110 triliun pada tahun 2022 (Candra & Febyansyah, 2023). DJP tetap menegaskan bahwa kewajiban pajak sebesar Rp 1,3 miliar harus dilunasi. Walaupun terjadi perubahan dalam struktur perusahaan, tanggung jawab pajak masih berlaku. Situasi ini menunjukkan betapa pentingnya kepatuhan terhadap pajak serta usaha DJP dalam memastikan bahwa pendapatan negara tidak dirugikan (gresnews.com). Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Tax Justice Network dengan judul "The State of Tax Justice 2020: Tax Justice in the Time of Covid-19", tercatat bahwa agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia menyebabkan kerugian negara hingga US\$ 4,78 miliar atau Rp 67,6 triliun.

Terdapat sejumlah variabel yang mampu mempengaruhi praktik agresivitas perpajakan entitas bisnis, dengan faktor utama adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan satu di antara berbagai faktor yang dapat berdampak pada perilaku agresivitas pajak. Kewajiban pajak yang perlu ditunaikan oleh suatu badan usaha dapat dipengaruhi oleh tingkat kemampuan menghasilkan labanya. Konsekuensinya, ketika suatu korporasi memiliki kapasitas profitabilitas yang substansial, entitas tersebut memiliki kecenderungan untuk terlibat dalam strategi agresivitas perpajakan (Rosadani & Wulandari, 2023). Indikator profitabilitas yaitu *Return on Assets*. ROA diimplementasikan untuk melakukan penilaian terhadap keuntungan suatu badan usaha. Ketika nilai ROA suatu perusahaan semakin meningkat, maka probabilitas entitas tersebut menerapkan praktik agresivitas pajak juga semakin besar (Sembiring & Hutabalian, 2022). Konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta & Sihono (2023), Soumokil & Yanti (2024) yang memperlihatkan bahwa

profitabilitas memberikan efek positif terhadap aktivitas agresivitas pajak. Temuan berbeda disampaikan oleh Amini et al. (2025) yang berargumen bahwa profitabilitas tidak memberikan dampak terhadap tindakan agresivitas pajak.

Faktor yang kedua yaitu *capital intensity*. Intensitas modal merupakan perbandingan antara investasi perusahaan dalam bentuk aset tidak lancar yang memiliki masa pakai melebihi satu tahun. Entitas bisnis memanfaatkan intensitas aset tidak lancar untuk meningkatkan beban depresiasi, yang secara bertahap akan menurunkan jumlah laba perusahaan, sehingga berdampak pada berkurangnya kewajiban perpajakan yang harus disetorkan kepada negara (Salmawanti & Irawati, 2024). Dengan memanfaatkan beban penyusutan tersebut, perusahaan dapat mereduksi kewajibannya dalam pembayaran pajak, sehingga meningkatkan level agresivitas perpajakan mereka. Fenomena ini konsisten dengan temuan penelitian Asianingrum & Nursyirwan (2024), Rohman & Alliyah (2024) yang membuktikan bahwa agresivitas pajak dipengaruhi oleh *Capital Intensity*. Namun penelitian Hapsari & Theodora (2025) menunjukkan hasil yang kontradiktif dimana tingkat intensitas modal tidak memberikan pengaruh pada agresivitas pajak.

Selanjutnya faktor ketiga adalah ukuran perusahaan. Kategorisasi identitas yang didasarkan pada dimensi besar atau kecilnya suatu badan usaha adalah ukuran perusahaan (Meldisthy et al., 2024). Seiring dengan pertumbuhan dimensi suatu entitas bisnis, jumlah aset yang dimilikinya juga akan mengalami penambahan. Dalam upaya untuk meminimalkan kewajiban pajak, korporasi menerapkan strategi perpajakan dengan tujuan menekan pendapatan yang dikenai pajak (Frans & Novianti, 2024). Kajian yang dilaksanakan oleh Rosadani & Wulandari (2023) dan Meldisthy et al. (2024) mengindikasikan bahwa dimensi perusahaan berdampak terhadap agresivitas pajak. Namun demikian, hasil yang berbeda ditemukan dalam investigasi Ardiansyah & Fikriyah (2024) yang mengemukakan bahwa dimensi perusahaan tidak memiliki dampak pada tingkat agresivitas pajak.

Sales growth merupakan faktor terakhir yang diprediksi dalam penelitian ini akan berpotensi dalam memengaruhi tingkat agresivitas pajak. Pertumbuhan penjualan diprediksi mampu mencerminkan seberapa signifikan laba yang nantinya diperoleh oleh perusahaan dengan melakukan perbandingan besarnya peningkatan nilai penjualan dari tahun sebelumnya (Apriyadi & Syahputra, 2024). Peningkatan penjualan yang terjadi seiring berkembangnya waktu di sebuah perusahaan cenderung akan mengalami pertumbuhan laba. Seiring dengan meningkatnya laba yang diterima oleh perusahaan, manajemen cenderung untuk melakukan agresivitas pajak (Sumantri et al., 2022). Hasil investigasi yang dilakukan oleh Apriyadi & Syahputra (2024) membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh praktik agresivitas perpajakan. Di sisi lain, kajian yang dilakukan oleh Setiawati & Tanggreini (2025) menghasilkan kesimpulan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan tidak memiliki dampak pada tindakan agresivitas pajak.

Studi ini merupakan replikasi dari studi yang dilakukan Rosadani & Wulandari (2023). Perbedaan utama antara studi ini dan yang sebelumnya terletak pada metode penghitungan variabel dependen yang berhubungan dengan agresivitas pajak. Pada penelitian sebelumnya digunakan pengukuran *Net Profit Margin* (NPM),

sedangkan pada studi ini digunakan pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR). Peneliti memilih perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 hingga 2023. Karena industri ini memberikan sumbangan signifikan untuk perkembangan ekonomi negara, serta produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan ini adalah barang-barang yang dibutuhkan masyarakat, yang menunjukkan bahwa permintaan akan barang tersebut akan selalu ada dan tidak tergantung pada fluktuasi ekonomi (Salmawanti & Irawati, 2024). Banyaknya inkonsistensi hasil variabel penelitian terdahulu juga termasuk dalam pertimbangan peneliti untuk mengambil judul penelitian ini.

Studi ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian dan menyediakan bukti empiris terkait pengaruh profitabilitas, *capital intensity*, ukuran perusahaan, dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak pada entitas bisnis (perusahaan) sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2020-2023. Diharapkan hasil studi ini mampu memberikan masukan bagi pihak pembuat regulasi dalam penyusunan kebijakan, serta memberikan kontribusi pada perkembangan teoritis dan praktis dalam disiplin ilmu akuntansi dan sektor pajak.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Kerangka konseptual yang menjelaskan interaksi antara pelaku dan agen pertama kali dipaparkan oleh (Jensen & Meckling, 1976). Menurut pandangan ini, agen dan pelaku sama-sama termotivasi secara logis oleh tujuan mereka sendiri dan bertindak sesuai dengan kepentingan ekonomi mereka masing-masing. Dalam penelitian ini, implikasi dari teori keagenan yang berkaitan dengan agresivitas pajak menunjukkan adanya benturan kepentingan antara pemegang saham dan pihak manajemen, serta antara otoritas perpajakan dan badan usaha yang memiliki status wajib pajak (Dewi & Nustini, 2024). Pemerintah berperan sebagai pihak utama (prinsipal) dalam sistem penilaian mandiri, sementara wajib pajak menjalankan tugas terkait perpajakannya. Sebagai agen, wajib pajak sering kali mengambil inisiatif untuk menurunkan beban pajak yang diwajibkan guna melindungi kepentingan mereka. Karena tindakan agen dapat mengakibatkan kerugian bagi prinsipal dengan mengurangi jumlah pendapatan yang seharusnya diterima, tindakan tersebut tidak sesuai dengan harapan prinsipal. (Rosadani & Wulandari, 2023).

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak ialah proses di mana entitas bisnis merencanakan pendapatan yang dikenakan pajak dengan melakukan strategi perpajakan, baik yang sah (*tax avoidance*) ataupun secara tidak sah (*tax evasion*), yang dimana fokus utamanya untuk mengurangi kewajiban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan (Issah & Rodrigues, 2021). Agresivitas perpajakan menjadi masalah yang sangat krusial untuk diperhatikan dalam pengelolaan penerimaan pajak di Indonesia sebab mempengaruhi pendapatan negara. Maka dari itu, sangat penting bagi para wajib pajak untuk mengikuti aturan perpajakan dengan memberikan data keuangan yang jelas dan menyeluruh kepada pihak pemungut pajak (Buntu et al., 2025). Agresivitas

pajak dapat ditentukan melalui rasio ETR, yang merupakan proporsi total kewajiban pajak penghasilan yang diterima perusahaan dari keseluruhan pendapatan sebelum dikenakan pajak. Berdasarkan indikator ukur tersebut, bisa disimpulkan bahwa perusahaan cenderung mengambil langkah-langkah pajak yang agresif apabila nilai ETR nya hampir nol.

Profitabilitas

Profitabilitas yaitu ukuran kinerja yang digunakan untuk mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk mendapatkan keuntungan (Amini et al., 2025). Profitabilitas merupakan elemen penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi kemampuannya dalam mendapatkan laba dari setiap aktivitas operasional yang dilakukan (Meldisthy et al., 2024). Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio *return on assets* (ROA). Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai dari laba yang dihasilkan melalui penjualan dan hasil dari investasi, pada dasarnya rasio ini mencerminkan seberapa efisien perusahaan beroperasi (Khairunnisa et al., 2023). Bagi perusahaan, tingkat profitabilitas yang rendah membuat kewajiban pajak yang perlu mereka bayar menjadi sedikit (Meldisthy et al., 2024). Sehingga dapat dikatakan tingkat profitabilitas mendorong terjadinya perusahaan melakukan praktik agresivitas pajak.

Capital Intensity

Besaran dana yang dialokasikan oleh perusahaan untuk investasi dalam aset tetap disebut juga intensital modal. Aset suatu perusahaan akan mengalami pengurangan nilainya pada setiap periode, dan setiap pengurangan nilai tersebut akan dicatat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan sebagai biaya penyusutan (Sitanggang & Leusiana, 2023). Aset yang memiliki nilai ekonomis akan mengalami penurunan setiap tahun, yang dapat menyebabkan berkurangnya laba perusahaan, dan dengan demikian kewajiban pajaknya juga akan menurun (Hapsari & Theodora, 2025). Pengeluaran yang muncul akibat aset tetap juga berfungsi sebagai beban bagi perusahaan (Damayanti & Irawati, 2025).

Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan bisa dinilai melalui laba bersih yang dihasilkan atau jumlah aset yang dimiliki, memberikan gambaran umum atau wawasan yang lebih rinci mengenai perusahaan tersebut (Rahmawati & Anggraeni, 2023). Ukuran perusahaan dapat digambarkan dengan seberapa besar dan kecilnya suatu perusahaan berdasarkan industri yang digelutinya dan mencakup tiga kategori yaitu perusahaan kecil, menengah, dan besar (Sifkhiana, 2022). Menurut (Haya & Mayangsari, 2022) perusahaan yang tergolong besar memiliki kelebihan dalam akses dana untuk mendanai investasinya jika dibandingkan dengan perusahaan yang berada dalam kategori kecil. Sejalan dengan peningkatan ukuran perusahaan, maka total asetnya juga akan mengalami peningkatan (Frans & Novianti, 2024).

Sales Growth

Sales growth menunjukkan fluktuasi dalam angka penjualan dari satu periode ke periode lainnya dan mencerminkan peluang masa depan perusahaan, sehingga

dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk memproyeksikan laba perusahaan (Apriatna & Oktris, 2022). Pertumbuhan penjualan diperkirakan dapat menggambarkan seberapa banyak keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dengan membandingkan tingkat pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya (Apriyadi & Syahputra, 2024). Menurut (Apriatna & Oktris, 2022) perusahaan yang mengalami pertumbuhan pesat harus memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya keuangan yang cukup untuk mendukung performa mereka.

Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas termasuk dalam indikator krusial yang datanya bernilai penting bagi pihak eksternal karena memberikan gambaran kapasitas entitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas tersebut dapat diukur menggunakan rasio *return on assets* (ROA). Perusahaan kerap memanfaatkan rasio ROA guna mengoptimalkan perencanaan pajaknya. ROA sangat berarti bagi para investor, karena memberikan informasi mengenai sejauh mana perusahaan berhasil mengubah aset menjadi ekuitas (Sitanggang & Leusiana, 2023). Semakin besar kinerja ROA, semakin banyak keuntungan yang dihasilkan perusahaan, hal tersebut tentu saja berakibat pada peningkatan kewajiban pajak (Khairunnisa et al., 2023). Perusahaan dengan nilai profitabilitas yang cenderung tinggi menunjukkan tingkat praktik pajak agresif yang lebih tinggi, sebab manajemen memiliki kemampuan, dorongan, dan peluang untuk terlibat dalam aktivitas tersebut demi mengoptimalkan kepentingan mereka, yang seringkali tidak sejalan dengan kepentingan jangka panjang para pemilik saham dan pihak-pihak berkepentingan lainnya.

Studi yang dilakukan oleh Shinta & Sihono (2023), Soumokil & Yanti (2024) mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas memiliki korelasi positif terhadap perilaku agresivitas pajak. Ketika rasio ROA menunjukkan nilai yang semakin tinggi, entitas bisnis cenderung menerapkan strategi agresivitas pajak.

H₁: Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak

Capital intensity atau intensitas modal berkaitan dengan kegiatan penanaman modal dengan mengalokasikannya ke total aktiva tetap. Pengurangan kewajiban pajak dapat dilakukan dengan memiliki aset tetap, sebab adanya biaya penyusutan yang berfungsi untuk mengurangi beban pajak. Sejalan dengan teori keagenan, penyaluran kekuasaan dari pemegang saham kepada manajer akan mendorong manajer untuk bertindak oportunistik dalam mengalokasikan dana perusahaan ke dalam aset tetap dengan maksud mendapatkan keuntungan dari penyusutan yang dapat berfungsi sebagai pengurang beban pajak (Dewi & Nustini, 2024). Proporsi aset tetap dan bertambahnya pengeluaran untuk penyusutan akan mengurangi total pajak yang perlu disetorkan (Cahyamustika & Oktaviani, 2021).

Riset yang sudah dilaksanakan oleh Asianingrum & Nursyirwan (2024) mengungkapkan temuan bahwa intensitas modal memberikan pengaruh terhadap agresivitas pajak. Sejalan dengan hasil tersebut, kajian yang dilaksanakan (Aini &

Sugiarti, 2024) juga mendemonstrasikan hasil bahwa intensitas modal memiliki dampak terhadap agresivitas pajak.

H₂: Capital intensity berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui pendapatan bersihnya atau total asetnya, memberikan pandangan umum atau informasi yang lebih mendalam tentang perusahaan tersebut (Rahmawati & Anggraeni, 2023). Ukuran perusahaan dapat direpresentasikan dengan besaran dan skala suatu entitas bisnis berdasarkan sektor industri yang digelutinya dan terbagi menjadi tiga klasifikasi yaitu perusahaan kecil, menengah, dan besar (Sifkhiana, 2022). Bahwa semakin besar aset yang dimiliki sebuah perusahaan, maka semakin besar pula perusahaan tersebut (Purnowati & Mujiyati, 2024). Korporasi berskala besar seringkali menunjukkan tingkat penghindaran pajak yang tinggi, disebabkan kapasitas mereka dalam perencanaan perpajakan (Amini et al., 2025). Dikarenakan entitas bisnis besar memiliki lebih banyak modal untuk menyusun taktik pajak yang rumit, mereka dapat mengambil pendekatan lebih berani dalam perencanaan pajak mereka. Situasi ini memberi agen (manajemen) kesempatan yang lebih besar untuk merancang strategi penghindaran pajak yang kompleks tanpa pengawasan yang memadai dari prinsipal (pemegang saham).

Kajian yang dilaksanakan oleh Purnowati & Mujiyati (2024) membuktikan bahwa skala perusahaan memiliki dampak terhadap perilaku agresivitas perpajakan. Demikian pula dengan temuan penelitian (Putri & Yohanes, 2025) yang menegaskan bahwa praktik agresivitas perpajakan dipengaruhi oleh skala entitas bisnis.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak

Variabel *sales growth* diproyeksikan mampu merepresentasikan besaran profit yang akan diraih perusahaan dengan membandingkan tingkat kenaikan penjualan dari periode sebelumnya (Apriyadi & Syahputra, 2024). Perusahaan dengan *sales growth* tinggi umumnya berada dalam fase aktif yang menciptakan ketidakseimbangan informasi lebih besar antara pemegang saham (prinsipal) dengan manajemen (agen). Manajemen memiliki informasi lebih detail tentang sumber pertumbuhan pendapatan dan dapat memanfaatkan ketidakseimbangan ini untuk menerapkan strategi perpajakan agresif yang tidak terdeteksi oleh pemegang saham. Situasi tersebut memotivasi entitas bisnis untuk menerapkan strategi minimalisasi pajak guna mengurangi beban perpajakan yang semakin meningkat sebagai implikasi dari tingginya angka pertumbuhan pendapatan.

Temuan dari studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Antari & Merkusiwati (2022) serta hasil analisis dari Apriyadi & Syahputra (2024) mengindikasikan bahwa *sales growth* memberikan pengaruh terhadap perilaku agresif dalam perpajakan.

H₄: Sales growth berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif menjadi basis metodologi penelitian ini, di mana analisis dilakukan pada informasi keuangan tahunan entitas bisnis sektor *consumer non-cyclicals* yang listing di BEI periode 2020-2023. Sumber informasi yang dimanfaatkan berupa data sekunder berbentuk laporan finansial tahunan yang tersedia pada portal www.idx.co.id dan website resmi perusahaan yang bersangkutan. Batasan penelitian difokuskan pada entitas sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sepanjang periode 2020-2023. Pengumpulan informasi dilakukan melalui pendekatan dokumentasi, yaitu ekstraksi data melalui kajian terhadap laporan finansial korporasi terkait. Analisis data menggunakan teknik regresi panel yang mengintegrasikan komponen *time series* dan *cross section*. Guna memperoleh output yang valid dan reliabel, berbagai pengujian asumsi klasik serta verifikasi hipotesis dilakukan menggunakan aplikasi statistik Eviews versi 12.

Fokus penelitian diarahkan pada entitas bisnis sektor *consumer non-cyclicals* yang listing di BEI sepanjang periode 2020-2023, dengan total populasi penelitian berjumlah 125 perusahaan. Teknik *purposive sampling* diterapkan dalam seleksi sampel penelitian, dengan kriteria penetapan sebagai berikut.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di BEI periode 31 Des 2023	125
1	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar berturut-turut pada BEI selama rentang waktu 2020-2023	(40)
2	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap sesuai dengan variabel penelitian selama kurun waktu 2020-2023	(3)
3	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang mengalami keuntungan selama kurun waktu 2020-2023	(36)
	Data <i>Outlier</i>	(8)
	Jumlah tahun observasi	4
	Jumlah sampel penelitian setelah <i>outlier</i>	152

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Operasional Variabel

Variabel agresivitas pajak diproksikan melalui pengukuran *Effective Tax Rate* (ETR). Berdasarkan proksi pengukuran tersebut, dapat dikatakan bahwa perusahaan akan melakukan tindakan pajak yang agresif jika memiliki nilai ETR mendekati nol. Ketika ETR memperlihatkan angka yang rendah, maka kondisi tersebut dapat meningkatkan level agresivitas perpajakan entitas bisnis (Simanjuntak et al., 2024). Kalkulasi ETR dapat diformulasikan dengan rumus:

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

Variabel profitabilitas direpresentasikan menggunakan rasio ROA. Kalkulasi ROA dilaksanakan dengan metode pembagian antara pendapatan bersih tahunan entitas bisnis dengan keseluruhan total aset yang dimilikinya. Berikut formula dalam menetapkan rasio ROA.

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Variabel *capital intensity*, berdasarkan Sumantri et al. (2022) merupakan ukuran yang menunjukkan proporsi aset tetap yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan keseluruhan aset yang dimiliki oleh entitas. Sejalan dengan studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Setiawati & Sunarmi (2024) dan (Hapsari & Theodora, 2025), formula yang diimplementasikan sebagai berikut.

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total aset}}$$

Variabel ukuran perusahaan dapat diukur melalui pendapatannya atau total asetnya, memberikan pandangan umum atau informasi yang lebih mendalam mengenai perusahaan tersebut (Rahmawati & Anggraeni, 2023). Konsistensi dengan penelitian Rosadani & Wulandari (2023) dan Asianingrum & Nursyirwan (2024), rumusnya yakni sebagai berikut.

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

Variabel sales growth dapat dihitung dengan mengukur penjualan tahun saat ini dikurang dengan penjualan pada tahun lalu, lalu dibandingkan dengan penjualan tahun lalu. Dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan tahun ini} - \text{Penjualan tahun lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Hasil dari studi ini dianalisis menggunakan Eviews versi 12, dengan data yang diambil dari laporan keuangan perusahaan dalam sektor konsumen dasar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2020 hingga 2023. Terdapat 152 data yang menjadi sampel setelah memenuhi kriteria dan mengeluarkan data *outlier*. Dalam penelitian ini, diterapkan metode pemilihan model, analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak Eviews versi 12 untuk memperoleh hasil di penelitian ini.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	X4	Y
Mean	0.102697	0.446053	2186.033	0.105263	0.222105

Median	0.085000	0.465000	1900.000	0.090000	0.220000
Maximum	0.350000	0.860000	3080.000	1.160000	0.310000
Minimum	0.020000	0.000000	1377.000	-0.470000	0.170000
Std. Dev.	0.063922	0.210990	583.5688	0.181765	0.026235
Observations	152	152	152	152	152

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan uji statistika deskriptif, dapat diketahui bahwa total data pada penelitian ini sejumlah 152 data dari 38 perusahaan. Dari nilai yang diperoleh melalui pengujian statistik tersebut menunjukkan bahwa:

Nilai rata-rata tertinggi dimiliki oleh variabel ukuran perusahaan (X3), yang mencapai 2186,033, sedangkan variabel profitabilitas (X1) menunjukkan nilai rata-rata terendah, yaitu 0,102697.

Nilai median tertinggi dicatat oleh variabel ukuran perusahaan (X3), yang mencapai angka 1900,000, sedangkan variabel profitabilitas (X1) menunjukkan nilai median terendah sebesar 0,085000.

Nilai maksimum tertinggi juga dipegang oleh variabel ukuran perusahaan (X3), dengan hasil sebesar 3080,000, sementara agresivitas pajak (Y), mencatat nilai maksimum terendah pada angka 0,310000.

Nilai minimum tertinggi ditunjukkan oleh variabel ukuran perusahaan (X3), yang sebesar 1377,000, sedangkan sales growth (X4) memiliki nilai minimum paling rendah, yaitu sebesar -0,470000.

Tingkat deviasi standar yang paling signifikan muncul pada variabel X3, yang mencatat angka 583,5688. Ini menandakan bahwa variabel ukuran perusahaan (X3) menghadapi risiko yang lebih tinggi untuk mengalami fluktuasi sepanjang penelitian ini jika dibandingkan dengan variabel-variabel lain, seperti profitabilitas, *capital intensity*, *sales growth*, dan agresivitas pajak selama periode studi. Sebaliknya, variabel agresivitas pajak menunjukkan nilai deviasi standar terendah sebesar 0,026235. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa selama masa penelitian, profitabilitas (X1), *capital intensity* (X2), dan variabel *sales growth* (X4) mengalami perubahan yang cenderung tidak konsisten.

Hasil Uji Pemilihan Model

Uji Chow

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Effect Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-section F	1.916833	(37,110)	0.0050
Cross-section chi-square	75.633717	37	0.0002

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan uji chow tersebut, hasil dari pengujian menunjukkan nilai probabilitas *Cross-section* F sebesar 0,0050, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa model yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM) alih-alih

Common Effect Model (CEM). Selanjutnya, dilanjutkan dengan pelaksanaan uji Hausman untuk menentukan hasil model antara REM atau FEM.

Uji Hausman

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq. d.f	Prob.
Cross section random	8.385614	4	0.0784

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Hasil uji hausman menampilkan nilai prob. *cross-section random* yaitu 8.385614 ($> 0,05$), hal ini mengindikasikan bahwa model REM lebih tepat dibandingkan dengan FEM. Hasil dari pemilihan model melalui uji Chow dan uji Hausman menunjukkan hasil yang belum stabil, sehingga dilakukan pengujian lebih lanjut yaitu uji Langrange Multiplier untuk mengetahui model penelitian optimal untuk data penelitian ini.

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 5. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Breusch - Pagan	Cross - section
	(0.0207)

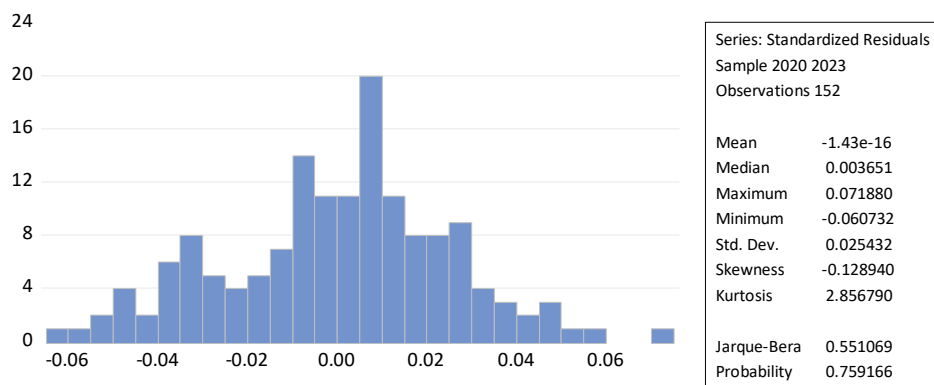
Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian *langrange multiplier* yang ditunjukkan, nilai Breusch - Pagan *cross - section* tercatat $0,0207 < 0,05$. Hasil tersebut berarti berdasarkan analisis Langrange Multiplier sebelumnya, model REM adalah pilihan yang tepat dibandingkan dengan model CEM. Dari ketiga pengujian guna menentukan model, dapat disimpulkan bahwa model pengujian REM adalah yang terbaik digunakan pada studi ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan analisis uji normalitas, diperoleh nilai Jarque- Bera sebesar 0,551069 dan probabilitasnya yaitu 0,759166 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	X1	X2	X3	X4
X1	1,000000	- 0,117495	0,045773	0,090879
X2	- 0,117495	1,000000	- 0,118637	0,070914
X3	0,045773	- 0,118637	1,000000	0,077616
X4	0,090879	0,070914	0,077616	1,000000

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan analisis multikolinearitas yang ditampilkan dalam tabel76, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi untuk setiap variabel independen berada di bawah angka 0,8. Maka, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi kriteria uji multikolinearitas.

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Data Panel

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.221771	0.011072	20.02931	0.0000
X1	-0.065720	0.034689	-1.894577	0.0601
X2	0.027025	0.010226	2.642716	0.0091
X3	-2.223810	3.886304	-0.572218	0.5680
X4	-0.001039	0.011227	-0.092586	0.9264

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan analisis regresi data panel, ditemukan hasil sebagai berikut.

1. Angka konstanta 0,221771 menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel independen seperti profitabilitas (X1), capital intensity (X2), ukuran perusahaan (X3), dan sales growth (X4) akan berakibat pada kenaikan variabel dependen yaitu agresivitas pajak sebesar 0,221771.
2. Koefisien dari variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai regresi negatif (-) sebesar -0,065720, yang mengindikasikan setiap kali ada kenaikan satu unit pada variabel profitabilitas (X1), akan terjadi penurunan pada variabel agresivitas pajak (Y) sebesar -0,065720, dan juga berlaku sebaliknya.
3. Koefisien variabel intensitas modal (X2) menampilkan nilai regresi positif (+) sebesar 0,027025, yang berarti setiap kali terjadi peningkatan satu unit pada variabel capital intensity (X2), agresivitas pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,027025, dan berlaku sebaliknya.
4. Koefisien dari variabel ukuran perusahaan (X3) menunjukkan nilai regresi negatif (-) sebesar -2,223810, yang mengindikasikan setiap kali ada kenaikan

satu unit pada variabel ukuran perusahaan (X3), agresivitas pajak (Y) akan berkurang sebesar -2,223810, dan berlaku sebaliknya.

- Koefisien pada variabel pertumbuhan penjualan (X4) menunjukkan nilai regresi negatif (-) sebesar -0,001039, yang berarti setiap kali ada peningkatan satu unit pada variabel pertumbuhan penjualan (X4), akan terjadi penurunan pada variabel agresivitas pajak (Y) sebesar -0,001039, dan juga berlaku sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji t-Statistik (Uji Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t-Statistik (Uji Parsial)

Variable	t-Statistik	Prob.
X1	-1.894577	0.0601
X2	2.642716	0.0091
X3	-0.572218	0.5680
X4	-0.092586	0.9264

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Hasil pengujian parsial yang disajikan dalam tabel 9 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X1) menghasilkan t-Statistik bernilai -1,894577 dengan probabilitas 0,0601 yang melebihi tingkat signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa profitabilitas (X1) tidak memberikan pengaruh terhadap agresivitas pajak (Y). Di sisi lain, variabel intensitas modal (X2) menghasilkan t-Statistic bernilai 2,642716 dengan probabilitas 0,0091 yang berada di bawah 0,05, menunjukkan adanya pengaruh intensitas modal (X2) terhadap agresivitas pajak (Y). Untuk variabel ukuran perusahaan (X3), diperoleh t-Statistic bernilai -0,572218 dengan probabilitas 0,5680 yang melampaui 0,05, mengimplikasikan tidak adanya pengaruh ukuran perusahaan (X3) terhadap agresivitas pajak (Y). Sedangkan variabel pertumbuhan penjualan (X4) menunjukkan t-Statistic sebesar -0,092586 dengan probabilitas 0,9264 yang melampaui 0,05, sehingga pertumbuhan penjualan (X4) tidak memberikan dampak terhadap agresivitas pajak (Y).

Uji F-Statistik (Uji Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F-Statistik (Uji Simultan)

F-Statistic	3.383350
Prob (F-Statistic)	0.011114

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Mengacu pada tabel hasil uji simultan, F-Statistic menunjukkan nilai F hitung 3,383350 yang lebih tinggi dibandingkan F tabel 2,4332077, dengan Prob. (F-Statistic) bernilai 0,011114 (< 0,05). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa seluruh variabel bebas meliputi profitabilitas (X1), *capital intensity* (X2), ukuran perusahaan (X3), dan

sales growth (X4) secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu agresivitas pajak (Y).

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

R-Squared	0.084303
Adj R-Squared	0.059386

Sumber: Hasil *Output* E-views, Data Diolah 2025

Berdasarkan tabel hasil analisis koefisien determinasi, nilai *Adjusted R squared* yang diperoleh adalah 0,059386. Koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang meliputi profitabilitas, intensitas modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan dapat menjelaskan agresivitas pajak sebesar 5,9386%. Sementara itu, sisanya yaitu 94,0614% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan pada analisis ini.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Temuan analisis regresi panel data untuk variabel profitabilitas dalam pengujian parsial menunjukkan ketiadaan pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak. Konfirmasi ini didasarkan pada nilai *t* hitung -1,894577 yang berada di bawah *t* tabel 1,975905 dengan tingkat signifikansi 0,0601 ($> 0,05$), sehingga secara individual variabel profitabilitas tidak berdampak pada agresivitas pajak. Konsekuensinya, H1 mengalami penolakan yang menandakan profitabilitas tidak memberikan pengaruh pada agresivitas pajak.

Temuan ini mendapat dukungan dari temuan Sudrajat et al. (2024) dan Amini et al. (2025) yang mengkonfirmasi bahwa profitabilitas secara individual tidak berdampak pada agresivitas pajak. Kondisi ini menyimpulkan profitabilitas bukan faktor primer bagi korporasi dalam mengimplementasikan strategi pajak yang agresif. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan pendapatan perusahaan yang besar, disertai dengan kerumitan operasional yang meningkatkan *awareness* terhadap kewajiban perpajakan sesuai regulasi yang berlaku. Konsekuensinya, entitas bisnis dengan profitabilitas tinggi cenderung mengurangi perilaku agresif terkait pajak.

Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Temuan analisis regresi panel data untuk variabel *capital intensity* dalam pengujian parsial menunjukkan adanya pengaruh *capital intensity* terhadap agresivitas pajak. Data ini ditunjukkan melalui nilai *t* hitung 2,642716 yang melampaui *t* tabel 1,975905 dengan probabilitas (signifikansi) 0,0091 ($< 0,05$), mengkonfirmasi bahwa variabel *capital intensity* secara individual berdampak pada agresivitas pajak. Temuan ini mengindikasikan penerimaan H2, yang menandakan bahwa penerapan *capital intensity* memberikan dampak pada agresivitas pajak

Temuan ini memperoleh validasi dari riset yang dijalankan Asianingrum & Nursyirwan (2024), dan juga Aini & Sugiarti (2024) yang mengkonfirmasi pengaruh

capital intensity terhadap agresivitas pajak. Berdasarkan perspektif teori keagenan, delegasi wewenang dari *shareholders* (prinsipal) kepada manajer (agen) menciptakan insentif bagi manajer untuk berperilaku oportunistik dalam alokasi dana korporasi ke aset tetap. Tujuannya adalah meminimalisir asimetri informasi dan memberikan *benefit* bagi prinsipal dalam proses pengambilan keputusan, termasuk meningkatkan agresivitas pajak melalui intensitas modal guna menurunkan beban pajak yang harus ditanggung.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Temuan yang dilakukan melalui uji parsial variabel ukuran perusahaan dalam analisis regresi panel data mengindikasikan ketiadaan pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Faktor ini didasarkan pada nilai t hitung -0,572218 yang berada di bawah t tabel 1,975905 dengan probabilitas (signifikansi) 0,5680 (> 0,05). Konsekuensinya, H3 mengalami penolakan, menandakan ukuran perusahaan tidak memberikan dampak pada agresivitas pajak.

Temuan ini menunjukkan konsistensi dengan riset sebelumnya yang dijalankan Shinta & Sihono (2023) dan Ardiansyah & Fikriyah (2024) yang mengkonfirmasi ketiadaan pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Hasil riset mengindikasikan bahwa dimensi entitas bisnis tidak memberikan dampak signifikan pada level agresivitas pajaknya. Alasannya karena baik korporasi berkapasitas besar maupun kecil memiliki kecenderungan mengimplementasikan strategi pajak yang agresif, mengingat kesamaan objektif untuk memaksimalkan profitabilitas dan meminimalisir beban perpajakan.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak

Temuan analisis regresi panel data untuk variabel *sales growth* dalam pengujian parsial mengindikasikan ketiadaan pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak. Faktor ini didasarkan pada nilai t hitung -0,092586 yang berada di bawah t tabel 1,975905 dengan probabilitas (signifikansi) 0,9264 (> 0,05). Temuan tersebut mengkonfirmasi bahwa *sales growth* tidak memberikan dampak pada agresivitas pajak

Temuan ini memperoleh dukungan dari riset yang dijalankan Setiawati & Sunarmi (2024), Aini & Sugiarti (2024), dan Setiawati & Tanggreini (2025) yang mengkonfirmasi ketiadaan pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak. Kondisi ini menunjukkan bahwa fluktuasi pertumbuhan penjualan tidak berdampak pada keputusan entitas untuk melakukan penghindaran dalam pembayaran pajak. Baik korporasi yang mengalami pengembangan maupun penyusutan penjualan tetap memiliki kewajiban membayar pajak sesuai regulasi yang berlaku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan riset terkait dampak profitabilitas, *capital intensity*, ukuran perusahaan, dan *sales growth* pada agresivitas pajak di sektor *consumer non-cyclicals* yang listing di BEI sepanjang periode 2020-2023 menghasilkan hasil akhir bahwa secara individual *capital intensity* memberikan pengaruh pada agresivitas pajak, sementara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *sales growth* tidak memberikan

dampak terhadap agresivitas pajak. Dalam pengujian simultan, keseluruhan variabel bebas tersebut terbukti berdampak pada agresivitas pajak dengan proporsi kontribusi mencapai 5,9386%, sedangkan porsi lainnya dipengaruhi oleh faktor penentu di luar cakupan studi ini. Studi ini menghadapi sejumlah batasan, antara lain fokus objek penelitian yang terbatas pada entitas sektor konsumsi dasar, serta rentang waktu yang dibatasi pada periode 2020-2023. Dengan demikian, riset selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas objek kajian dan periode observasi. Hasil dari studi ini dapat dimanfaatkan sebagai literatur pendukung untuk pendalaman studi masa depan serta menjadi pertimbangan bagi pemegang otoritas dalam merumuskan kebijakan regulasi dalam sektor pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, P. N., & Sugiarti, L. (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 996–1006. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.3477>
- Amini, M., Darmansyah, D., & Rachbini, W. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Proporsi Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Capital Intensity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pajak Dan Bisnis (Journal of Tax and Business)*, 6(1), 100–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.55336/jpb.v6i1.300>
- Antari, N. K. D. P., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2022). Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth dan Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(8), 2004. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i08.p04>
- Apriatna, P., & Oktris, L. (2022). The Effect of Profitability, Company Size, and Sales Growth on Tax Avoidance with Leverage as a Moderating Variable. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(8), 223–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7017881>
- Apriyadi, R., & Syahputra, A. (2024). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 439–452. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i2.737>
- Ardiansyah, R., & Fikriyah, S. H. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Intensitas Modal dan Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Nusa Akuntansi*, 1(3), 610–627. <https://doi.org/https://doi.org/10.62237/jna.v1i3.113>
- Asianingrum, D. F., & Nursyirwan, V. I. (2024). Pengaruh Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(1), 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jampk.v2i1.425>

- Bps.go.id. (2023). *Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah) 2022-2024*.
<https://www.bps.go.id/api/statistics-table/2/MTA3MCMY/realisasi-pendapatan-negara.html>
- Buntu, H., Kalangi, L., & Walandouw, S. K. (2025). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Sektor Energy Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Riset Akuntansi Dan Portofolio Investasi*, 3(1), 157–166. <https://doi.org/10.58784/rapi.294>
- Cahyamustika, M. A., & Oktaviani, R. M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal Geoekonomi*, 4(2), 1–13.
<https://doi.org/doi.org/10.36277/geoekonomi.V15i1.328>
- Candra, D., & Febyansyah, A. (2023). Pengaruh Sales Growth, Capital Intensity, Company Size dan Independent Commissioner terhadap Tax Avoidance. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8947–8953.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2764>
- Damayanti, A. N. E., & Irawati, W. (2025). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Financial Performance, dan Tingkat Hutang Terhadap Tax Management. *Monex – Journal of Accounting Research*, 5321(1), 125–140.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30591/monex.v14i1.7339>
- Dewi, M. A., & Nustini, Y. (2024). Corporate Social Responsibility, Leverage, Capital Intensity, dan Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak: Good Corporate Governance sebagai Pemoderasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 51–74. <https://doi.org/10.18196/rabin.v8i1.20572>
- Dewi, S. L., & Oktaviani, R. M. (2021). Pengaruh Leverage, Capital Intensity, Komisaris Independen Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 179–194.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29303/akurasi.v4i2.122>
- Frans, W., & Novianti, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Sales Growth , Ukuran Perusahaan , Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Periode 2021-2023. *GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI*, 3(2).
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/3321>
- Hanum, Z., & Faradila, J. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 479–487.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1114>
- Hapsari, R. P. D., & Theodora, P. (2025). The Influence of Profitability, Leverage, Company Size, and Capital Intensity on Tax Aggressiveness. *Bilancia : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 713–721. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- Haya, S., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Financial Distress Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2),

1901–1912. <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14860>

- Issah, O., & Rodrigues, L. L. (2021). Corporate Social Responsibility and Corporate Tax Aggressiveness: A Scientometric Analysis of the Existing Literature to Map the Future. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su13116225>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3, 305–360. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-009-9257-3_8
- Khairunnisa, N. R., Simbolon, A. Y., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Good Governance Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Jurnal Economina*, 2(8), 2164–2177. <https://doi.org/doi.org/10.55681/economina.v2i8.726>
- Meldisthy, F. F., Espa, V., & Ikhsan, S. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekobistek*, 13(2), 54–61. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i2.783>
- Purnowati, D., & Mujiyati. (2024). Pengaruh Corporate Governance (Gc), Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 7(1), 1087–1100. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i1.6571>
- Putri, C. D., & Yohanes. (2025). PENGARUH KOMPENSASI EKSEKUTIF, BEBAN PAJAK TANGGUHAN DAN FAKTOR LAINNYA TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 12(1), 147–166. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/jat.v12i1.19565>
- Rahmawati, D., & Anggraeni, R. D. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Metode Akuntansi, Corporate Social Responsibility, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 202. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–16. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/view/2420>
- Rohman, N., & Alliyah, S. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jap.v24i2.12265>
- Rosadani, N. S. P., & Wulandari, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1), 27–39. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6334>
- Salmawanti, & Irawati, W. (2024). Pengaruh Cost of Debt, Capital Intensity dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 13(01), 17–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.30591/monex.v13i01.5647>

- Sembiring, Y. C. B., & Hutabalian, N. Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2019. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 156–171. <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JRAK/article/view/1753>
- Setiawati, L., & Tanggreini, F. L. (2025). The Influence Of Capital Intensity, Inventory Intensity, and Sales Growth On Tax Aggressiveness In Manufacturing Companies. *International Conference On Accounting and Finance*, 3, 158–167. <https://journal.uui.ac.id/inCAF/article/view/38330>
- Setiawati, P., & Sunarmi. (2024). Pengaruh Sales Growth , Inventory Intensity , dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan JII. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(3), 322–330. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5581>
- Shinta, & Sihono, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tingkat Utang dan Kualitas Audit Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 210–222. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v1i4.407>
- Sifkhiana, C. (2022). Pengaruh Proporsi Dewan Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan, Rasio Aktivitas dan Rasio Utang Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Journal Advancement Center for Finance and Accounting*, 2(03), 1–27. <https://journal.jacfa.id/index.php/publish/article/view/17>
- Simanjuntak, R. N., Hendri, E., & Valianti, R. M. (2024). Pengaruh Inventory Intensity dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 785–797. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i4.14647>
- Sitanggang, T., & Leusiana, S. (2023). The effect of profitability and capital intensity on tax avoidance. *Eximia Journal*, 11, 78–87. <https://doi.org/10.47577/eximia.v11i1.282>
- Soumokil, F. R., & Yanti, H. B. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 1119–1126. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5>
- Sudrajat, D. M. L., Yuniati, T., & Prayogo, B. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 519–530. <https://journal.drafpublisher.com/index.php/ijesm/article/view/71>
- Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Anggraeni, R. D. (2022). The Effect Of Capital Intensity, Sales Growth, Leverage On Tax Avoidance And Profitability As Moderators. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 1–18. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i1.861>