



Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Kualitas Audit terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2023)

Rurry Septiani¹, Suryani²

^{1,2}Universitas Budi Luhur, Indonesia

Abstract. *The purpose of the research is to find the influence of variables Firm Size, Profitability, Leverage, and Audit Quality on Tax Aggressivity. The sample in study includes 35 companies sub-sector food and beverage listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in the period 2020-2023. The sampling technique used purposive sampling method and obtained 140 sample data from 35 companies. The analytical tool used is multiple linear regression analysis using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) Version 22 program. The result of this study indicate that profitability has a significant positive effect on tax aggressivity, while firm size, leverage, and audit quality have no significant effect on tax aggressivity.*

Keywords: *Firm Size, Profitability, Leverage, Audit Quality, Tax Aggressivvity.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan Kualitas Audit terhadap agresivitas pajak. Sampel dalam penelitian ini meliputi 35 perusahaan consumer non cyclical sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 140 data sampel dari 35 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, sedangkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Kualitas Audit, Agresivitas Pajak.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang demokratis membuat masyarakat mempunyai hak dan kewajibannya masing-masing terutama pajak. Pajak adalah peranan wajib yang harus dilakukan orang-orang yang tinggal di Indonesia yang sifatnya wajib berdasarkan undang-undang yang ada di Indonesia dengan tujuan mensejahterakan masyarakat (Alvin & Susanto, 2022).

Pajak perusahaan atau badan yang wajib dibayarkan dapat dihitung dan diketahui berdasarkan informasi dari laporan keuangan. Perpajakan memiliki sifat memaksa karena telah diatur dalam peraturan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan. Namun, peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh pemerintah memiliki kelemahan sehingga memberikan celah bagi perusahaan untuk memanfaatkan kelemahan tersebut. Pemerintah dan perusahaan memiliki perbedaan kepentingan yang menjadi sebab terjadinya ketidakpatuhan keberlangsungan dalam dunia perpajakan. Hal

tersebut didukung oleh pernyataan (Herlinda & Rahmawati, 2021) bahwa pemerintah memiliki tujuan memperoleh pendapatan dari pemungutan pajak dengan jumlah besar agar dapat mengisi kas negara sedangkan perusahaan sebagai wajib pajak badan mempunyai kewajiban untuk membayar pajak, namun hal tersebut dapat mengurangi laba bersih perusahaan sehingga perusahaan menginginkan membayar pajak dengan seminimal mungkin.

Menurut (Herlinda & Rahmawati, 2021) agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang memiliki tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dimiliki perusahaan tersebut dengan cara legal maupun illegal untuk mengoptimalkan penghasilan perusahaan.

ETR merupakan penerapan keefektifan suatu perusahaan dalam mengelola beban pajaknya. ETR diukur dengan membandingkan beban pajak dengan laba sebelum pajak penghasilan. Nilai ETR yang dihasilkan akan memberikan gambaran apakah perusahaan tersebut telah efektif dalam mengelola beban pajaknya ditandai dengan nilai ETR yang lebih rendah dari tarif pajak yang telah ditetapkan dimiliki oleh perusahaan. Apabila nilai ETR yang dimiliki perusahaan semakin rendah maka tingkat agresivitas pajaknya semakin tinggi ataupun sebaliknya semakin tinggi nilai ETR maka menunjukkan semakin rendah tingkat agresivitas pajak (Rahayu et al., 2021).

Pada periode 2020-2023, sub sektor makanan dan minuman mengalami peningkatan agresivitas pajak yang diakibatkan oleh pandemi covid-19. Meskipun beberapa perusahaan mungkin telah memanfaatkan insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah, tekanan untuk mempertahankan profitabilitas mendorong penggunaan strategi pajak yang lebih agresif.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa perusahaan yang seharusnya membayar pajaknya ke pemerintah masih melakukan praktik penghindaran perpajakan. Salah satu cara yang dilakukan wajib pajak dalam meminimumkan pembayaran pajak yaitu dengan melakukan perencanaan pajak (*Tax Planning*). Wajib pajak melakukan perencanaan perpajakan agar jumlah beban pajak yang harus dibayarkan berkurang (Afiani, 2024).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi atau teori keagenan menurut (Rahayu et al., 2021) adalah suatu kontrak antara satu atau lebih yang mempekerjakan agen untuk melaksanakan sejumlah jasa dan melakukan pendelegasian wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen. Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajer (agen).

Dalam penelitian ini, dapat dihubungkan laba perusahaan antara pemungut pajak (fiskus) dengan pembayar pajak (wajib pajak). Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-

besarnya dari pemungutan pajak. Sementara dari pihak wajib pajak atau manajemen perusahaan, berpandangan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang cukup signifikan dengan beban pajak yang rendah. Dua sudut pandang yang berbeda inilah yang menyebabkan konflik antara fiskus sebagai pemungut pajak dengan pihak manajemen perusahaan atau wajib pajak sebagai pembayar pajak. Perbedaan kepentingan antara fiskus dan wajib pajak atau manajemen perusahaan akan menimbulkan ketidakpatuhan yang dilakukan oleh wajib pajak atau pihak manajemen perusahaan yang akan berdampak pada upaya perusahaan untuk melakukan penghindara pajak (Masrulloh, 2023).

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan dengan tujuan mengurangi beban pajak perusahaan dengan legal ataupun illegal agar beban pajak berkurang sehingga keuntungan yang diperoleh optimal (Shinta & Agus Sihono, 2023). Wajib pajak memiliki keinginan untuk melakukan pembayaran pajak dalam jumlah yang kecil, oleh sebab itu wajib pajak akan melakukan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam hal perencanaan pajak. Dalam kegiatan agresivitas pajak perencanaan untuk mengurangi pajak terutang dilakukan dengan lebih agresif (Afiani, 2024)

Leverage

Debt to asset ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang (Febriana Handayani, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Saputra (2013), menyatakan bahwa Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, menganalisis dan menyusun laporan hasil Saputra. Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan dalam meneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan data yang digunakan berupa angka-angka (Rahmawati et al., 2021).

Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi Penelitian

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono (2020:203), 2018). Jadi bentuk dari populasi bukan berupa orang saja, tetapi juga bisa pada objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2020-2023 dengan populasi penelitian 85 perusahaan.

2) Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Sampel terdiri dari elemen-elemen kelompok atau unit analisis yang dipilih dari populasi yang telah ditentukan. Sampel merupakan bentuk sederhana dari populasi yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dapat mempermudah peneliti dalam pemilihan sampel sebab memiliki kriteria-kriteria penelitian yang dapat ditentukan. Berikut merupakan kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini:

- a) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023.
- b) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang melaporkan laporan keuangan periode 2020-2023.
- c) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tidak mengalami kerugian periode 2020- 2023.

4. HASIL PENELITIAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Perhitungan data dalam penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel 2013* dan untuk pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Package For the Social Sciences*) versi 22 dari perusahaan IBM (*International Business Machines*) Corporation yang berasal dari Amerika Serikat. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023. Jumlah sampel sebanyak 35 Perusahaan dari 85 perusahaan dengan periode selama empat tahun, maka diperoleh jumlah data observasi sebanyak 140 data.

Penelitian ini terdiri dari variabel dependen (terikat) yaitu agresivitas pajak dan empat variabel (bebas) yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan Kualitas Audit. Data yang diperoleh merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan auditan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada situs resminya www.idx.co.id maupun pada web perusahaan.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah dibuat, terdapat 35 perusahaan yang termasuk dalam perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2020-2023.

Deskripsi Data Agresivitas Pajak

Agresivitas Pajak adalah suatu tindakan yang memiliki tujuan untuk mengurangi beban pajak yang dimiliki perusahaan tersebut dengan cara legal maupun ilegal untuk mengoptimalkan penghasilan perusahaan. Agresivitas pajak terdiri atas transaksi-transaksi yang memiliki tujuan sebagai pengurang beban kewajiban pajak perusahaan. Menurut (Herlinda & Rahmawati, 2021) terdapat *grey area* yang dapat menjadi potensi melakukan agresivitas pajak. Alat ukur yang digunakan dalam penghindaran pajak adalah dengan menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*.

Hasil analisa yang dilakukan penulis terhadap 35 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2020-2023 adalah sebagai berikut:

- 1) Pada tahun 2020 agresivitas pajak tertinggi adalah PT Austindo Nusantara Jaya Tbk (ANJT) dengan nilai sebesar -0,0042. Untuk agresivitas pajak terendah adalah PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) dengan nilai sebesar -2,9408 dan untuk rata-rata agresivitas pajak pada tahun 2020 dengan nilai sebesar -0,4400.

- 2) Pada tahun 2021 agresivitas pajak tertinggi adalah PT Garudafood Putra Putri Jaya Tb (GOOD) dengan nilai sebesar -0,0323. Untuk agresivitas pajak terendah adalah PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS) dengan nilai sebesar -2,4135 dan untuk rata-rata agresivitas pajak pada tahun 2021 dengan nilai sebesar -0,2224.
- 3) Pada tahun 2022 agresivitas pajak tertinggi adalah PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) dengan nilai sebesar -0,0446. Untuk agresivitas pajak terendah adalah PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) dengan nilai sebesar -0,8632 dan untuk rata-rata agresivitas pajak pada tahun 2022 dengan nilai sebesar -0,2527.
- 4) Pada tahun 2023 agresivitas pajak tertinggi adalah PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG) dengan nilai sebesar -0,0077. Untuk agresivitas pajak terendah adalah PT Sampoerna Agro Tbk (SGRO) dengan nilai sebesar -4,8227 dan untuk rata-rata agresivitas pajak pada tahun 2023 dengan nilai sebesar -0,4201.

Deskripsi Data Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah seberapa besar ataupun kecil yang dapat menggolongkan suatu perusahaan ke dalam kelompok baik besar maupun kecil bersumber pada pengukurannya menggunakan total aset. Ukuran perusahaan yang lebih besar tunduk pada peraturan pemerintah yang lebih, sehingga diharapkan dalam perilakunya perusahaan dapat bertindak sesuai dengan lingkungan sosialnya (Rahmawati et al., 2021). Variabel ukuran perusahaan ini dihitung menggunakan logaritma natural (Ln) atas total asset perusahaan.

Hasil analisa yang dilakukan penulis terhadap 35 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2020-2023 adalah sebagai berikut:

- 1) Pada tahun 2020 ukuran perusahaan tertinggi adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan nilai sebesar 32,7256. Untuk ukuran perusahaan terendah adalah PT Asia Sejahtera Mina Tbk (AGAR) dengan nilai sebesar 25,8657 dan untuk rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 28,9710.
- 2) Pada tahun 2021 ukuran perusahaan tertinggi adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan nilai sebesar 32,8204. Untuk ukuran perusahaan terendah adalah PT Asia Sejahtera Mina Tbk (AGAR) dengan nilai sebesar 25,9117 dan untuk rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 28,9778.
- 3) Pada tahun 2022 ukuran perusahaan tertinggi adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan nilai sebesar 32,8264. Untuk ukuran perusahaan terendah adalah Asia Sejahtera Mina Tbk (AGAR) dengan nilai sebesar 26,0171 dan untuk rata-rata ukuran

perusahaan pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 29,0451.

- 4) Pada tahun 2023 ukuran perusahaan tertinggi adalah PT Asia Sejahtera Mina Tbk (AGAR) dengan nilai sebesar 32,8599. Untuk ukuran perusahaan terendah adalah PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) dengan nilai sebesar 26,0060 dan untuk rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2023 dengan nilai sebesar 29,0617.

Deskripsi Data Profitabilitas

Profitabilitas tingkat efektifitas manajemen mengelola perusahaan agar mendapatkan laba yang diharapkan. Jika terjadi peningkatan laba bersih maka pembayaran pajak perusahaan semakin tinggi, dan menyebabkan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap agresvitas pajak (Shinta & Agus Sihono, 2023). Variabel profitabilitas dihitung menggunakan *Return On Assets* (ROA), ROA digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan asset yang dimiliki.

Hasil analisa yang dilakukan penulis terhadap 35 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2020-2023 adalah sebagai berikut:

- a) Pada tahun 2020 profitabilitas tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai sebesar 0,3489. Untuk profitabilitas terendah adalah PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) dengan nilai sebesar 0,0031 dan untuk rata-rata profitabilitas pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 0,0696.
- b) Pada tahun 2021 profitabilitas tertinggi adalah Central Proteina Prima Tbk (CPRO) dengan nilai sebesar 0,3431. Untuk profitabilitas terendah adalah PT Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP) dengan nilai sebesar 0,0037 dan untuk rata-rata profitabilitas pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 0,0990.
- c) Pada tahun 2022 profitabilitas tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai sebesar 0,2929. Untuk profitabilitas terendah adalah PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) dengan nilai sebesar 0,0001 dan untuk rata-rata profitabilitas pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 0,0898.
- d) Pada tahun 2023 profitabilitas tertinggi adalah PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan nilai sebesar 0,3130. Untuk profitabilitas terendah adalah PT Asia Sejahtera Mina Tbk (AGAR) dengan nilai sebesar 0,0001 dan untuk rata-rata profitabilitas pada tahun 2023 dengan nilai sebesar 0,0892.

Deskripsi Data *Leverage*

Leverage adalah rasio yang digambarkan untuk mengukur baik atau tidaknya sebuah perusahaan dalam menggunakan utang perusahaan untuk meningkatkan laba. rasio *leverage* digunakan untuk mengukur dan membandingkan dana yang dimiliki perusahaan dengan dana yang dihimpun dari kreditor. Perusahaan juga dapat meningkatkan nilai perusahaannya jika mengelola nilai *leverage* dengan baik. Jika perusahaan memiliki utang yang semakin besar maka beban pajak perusahaan akan berkurang karena laba akan menjadi lebih kecil (Shinta & Agus Sihono, 2023). *Leverage* dihitung menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR), DAR merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur antara total utang dengan total aktiva.

Hasil analisa yang dilakukan penulis terhadap 35 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2020-2023 adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2020 *leverage* tertinggi adalah PT Central Proteina Prima Tbk (CPRO) dengan nilai sebesar 0,8882. Untuk *leverage* terendah adalah PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) dengan nilai sebesar 0,0317 dan untuk rata-rata *leverage* pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 0,4403.
2. Pada tahun 2021 *leverage* tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai sebesar 0,7734. Untuk *leverage* terendah adalah PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) dengan nilai sebesar 0,1085 dan untuk rata-rata *leverage* pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 0,4191.
3. Pada tahun 2022 *leverage* tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai sebesar 0,7818. Untuk *leverage* terendah adalah PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) dengan nilai sebesar 0,0979 dan untuk rata-rata *leverage* pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 0,4081.
4. Pada tahun 2023 *leverage* tertinggi adalah PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG) dengan nilai sebesar 1,0000. Untuk *leverage* terendah adalah PT PP London Sumatra Indonesia Tb (LSIP) dengan nilai sebesar 0,0932 dan untuk rata-rata *leverage* pada tahun 2023 dengan nilai sebesar 0,4222.

Statistik Deskriptif

(Herlinda & Rahmawati, 2021) Hasil dari pengujian analisis statistik deskriptif ditunjukkan dengan menggunakan tabel yang terdiri dari banyaknya data penelitian, maksimum, minimum, *mean* dan standar deviasi.

Sebanyak 140 data dengan jumlah sampel penelitian 35 perusahaan dan dalam rentang waktu 4 tahun. Berikut adalah penjelasan statistik deskriptif dari masing-masing variabel:

1. Variabel Ukuran Perusahaan (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 25,91 dan nilai maksimum sebesar 32,86. Nilai rata-rata sebesar 29,4798 dengan standar deviasi sebesar 1,59267.
2. Variabel Profitabilitas (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 dan nilai maksimum sebesar 0,20. Nilai rata-rata sebesar 0,0861 dengan standar deviasi sebesar 0,04565
3. Variabel leverage (X_3) memiliki nilai minimum sebesar 0,03 dan nilai maksimum sebesar 0,74. Nilai rata-rata sebesar 0,3720 dengan standar deviasi sebesar 0,18172.
4. Variabel kualitas Audit (X_4) memiliki nilai minimum sebesar 0 dan nilai maksimum 1. Nilai rata-rata sebesar 0,60 dengan standar deviasi sebesar 0,493.
5. Variabel Agresivitas Pajak (Y) memiliki nilai minimum -0,30 dan nilai maksimum -0,16. Nilai rata-rata sebesar -0,2258 dengan standar deviasi sebesar 0,031000.

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dan uji asumsi klasik. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak dan variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan kualitas audit. Data penelitian ini kemudian diolah menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22.

1) Uji *Outlier*

Menurut (Putri & Setiawati, 2023) *Outlier* adalah suatu data yang memiliki nilai berbeda jauh atau nilai ekstrem yang menyimpang dari data yang lain. Penelitian ini yang berawal menggunakan sampel sebanyak 140 sampel, namun dalam pengujian yang dilakukan terdapat model regresi yang belum layak digunakan sehingga dilakukan outlier dan data diperoleh sampel sebanyak 75 sampel. Hal ini disebabkan karena sampel yang terkena outlier memiliki nilai ekstrim dan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji outlier, dapat diperoleh 65 data outlier. Data- data tersebut tidak ikut disertakan ke dalam pengujian berikutnya, sehingga data yang dapat diolah berjumlah $140 - 65 = 75$ Data.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Dengan menguji asumsi-asumsi ini, peneliti dapat memastikan keandalan dan keakuratan hasil analisis regresi linier berganda yang

digunakan dalam penelitian ini.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Dalam penelitian ini, ditunjukkan untuk mengukur pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan kualitas audit.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada tabel 4.13 di atas model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai

berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$

$$Y = -0,233 + 0,000 (X_1) + 0,222 (X_2) - 0,030 (X_3) - 0,001 (X_4) + \varepsilon$$

Interpretasi Hasil Penelitian

1) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Besar atau kecilnya suatu asset yang dimiliki oleh perusahaan bukan suatu hal yang dapat menentukan apakah perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak. Perusahaan yang memiliki nilai asset besar mampu menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk melakukan perencanaan pajak tetapi tidak selalu dapat menggunakan power yang dimilikinya untuk melakukan perencanaan pajak dengan tujuan penghindaran pajak. Karena perusahaan dengan ukuran yang besar sering menjadi sorotan bagi pemerintah sehingga membuat para manajer memiliki kecenderungan untuk patuh dalam perpajakan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan. Ukuran perusahaan dapat memengaruhi tingkat agresivitas pajak melalui mekanisme keagenan. Di perusahaan besar, asimetri informasi antara manajemen dan pemilik cenderung lebih besar karena kompleksitas operasi yang tinggi. Manajemen mungkin lebih termotivasi untuk menggunakan strategi pajak yang agresif untuk menunjukkan kinerja keuangan yang baik dalam jangka pendek, sementara pemilik mungkin lebih fokus pada implikasi jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Shinta & Agus Sihono, 2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahmawati et al., 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

2) Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi laba sebuah perusahaan maka cenderung melakukan tindakan agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan semakin besarnya perusahaan dengan laba yang tinggi maka akan meningkat pula tingkat beban pajak yang akan dibayarkan. Dalam teori agensi, agen akan mencoba untuk mengoptimalkan kinerjanya dengan mengelola beban pajak untuk tidak mengurangi kompensasi kinerja agen sebagai pengurang laba perusahaan. Selain itu agen berupaya untuk melakukan perencanaan pajak dengan kewaspadaan dalam menentukan keputusan dalam hal pajak. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan meningkatkan tingkat pemeriksaan pemerintah dalam hal pajak inilah yang menyebabkan tarif pembayaran pajaknya tetap tinggi saat *Return On Asset (ROA)* perusahaan tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan. Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki banyak insentif dan sumber daya untuk terlibat dalam strategi pajak agresif. Karena manajemen memiliki insentif untuk mengurangi beban pajak guna meningkatkan laba bersih. Perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki lebih banyak sumber daya untuk melakukan perencanaan yang agresif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Rahmawati et al., 2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Agresivitas pajak.

3) Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Besar kecilnya *leverage* dalam perusahaan tidak mempengaruhi praktik penghindaran pajak di perusahaan tersebut karena asset yang dimiliki perusahaan sebagian besar tidak dibiayai oleh utang sehingga tidak menimbulkan beban bunga yang dapat menekan biaya beban pajaknya. Tingginya tingkat bunga utang suatu perusahaan membuat pihak manajemen lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan penghindaran pajak guna menekan beban pajaknya. Jika hutang yang dipakai dalam jumlah besar maka perusahaan bisa mengalami kerugian. Maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan asset yang dimilikinya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan. Perusahaan sampel sebagian besar pendanaan yang dimiliki berasal dari pihak yang berelasi sehingga beban bunga yang timbul tidak dapat digunakan untuk mengurangi laba kena pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Herlinda & Rahmawati, 2021) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prihatini & Amin, 2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

4) Pengaruh Kualitas Audit terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa tidak hanya KAP bigfour yang dapat memberikan laporan audit yang berkualitas dan dapat dipercaya melainkan KAP non bigfour juga dapat menghasilkan laporan audit dengan kualitas yang baik juga. Hal ini dikarenakan seluruh KAP yang melakukan audit sudah mempunyai peraturan dan pedoman yang sudah ditetapkan KAP sesuai dengan standar operasionalnya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori keagenan. Audit berkualitas tinggi meningkatkan pengawasan terhadap praktik pajak perusahaan, mencegah manajemen untuk terlibat dalam strategi pajak yang terlalu agresif. Auditor yang kompeten membantu memastikan kepatuhan terhadap peraturan pajak dan mengurangi risiko hukum yang terkait dengan agresivitas pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Shinta & Agus Sihono, 2023) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Prihatini & Amin, 2022) yang dilakukan menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Kualitas Audit terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2023. Penelitian ini dilakukan menggunakan uji analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dilakukan terhadap 35 sampel perusahaan dari total 85 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- 2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak
- 3) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak
- 4) Kualitas Audit tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian di atas, terdapat implikasi hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan perusahaan mengenai agresivitas pajak. Dengan ditelitinya beberapa faktor perusahaan dapat memperhitungkan dan membuat perencanaan pajak untuk dapat menekan beban pajak.

2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para investor mengkaji terlebih dahulu kinerja suatu perusahaan dan patuh terhadap peraturan perpajakan. Karena agresivitas pajak dapat memberikan dampak yang kurang baik bagi investor.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini hanya menggunakan 4 (empat) variabel bebas (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Kualitas Audit), sedangkan masih ada banyak variabel lain yang kemungkinan dapat memengaruhi Agresivitas Pajak. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat sepenuhnya digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan sampel yang diambil dari populasi perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan kriteria tertentu, sehingga berjumlah 35 (tiga puluh lima) perusahaan.
- 3) Penelitian ini memiliki periode pengamatan yang pendek yaitu selama 4 (empat) tahun, mulai 2020-2023.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, serta terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut:

- 1) Menambahkan variabel bebas (independen) lain seperti likuiditas, komisaris independen, intensitas asset dan lain sebagainya. Mengingat bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan hanya dapat menjelaskan 14,2% terhadap agresivitas pajak, sedangkan 85,8% lainnya dijelaskan oleh variabel lain.
- 2) Menambahkan jumlah populasi penelitian, yaitu tidak hanya pada subsektor perusahaan makanan dan minuman tetapi dapat menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Memperpanjang periode penelitian agar hasil yang diperoleh lebih akurat daripada penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, N. (2024). Pengaruh corporate social responsibility, capital intensity, inventory intensity, dan koneksi politik terhadap agresivitas pajak.
- Alvin, A., & Susanto, Y. K. (2022). Pengaruh leverage, kualitas audit, dan lain-lain terhadap agresivitas pajak. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(3), 255–266. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v2i3.1670>
- Anggara, I. N. A. W., Verawati, Y., & Bhegawati, D. A. S. (2023). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, kualitas audit, corporate governance, dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 1(1), 88–101. <https://doi.org/10.36733/jia.v1i1.6892>
- Febriana Handayani, F. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan umur perusahaan terhadap tax avoidance. 4(1), 88–100.
- Hayani, N. S., & Darmawati, D. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap tax avoidance dengan transfer pricing sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2397–2408. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16955>
- Herlinda, A. R., & Rahmawati, M. I. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3738>
- Masrulloh, L. (2023). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap tax avoidance. *JACFA Pusat Pengembangan Jurnal Untuk Keuangan Dan Akuntansi*, 3(3), 138–157. <http://journal.jacfa.id/index.php>

- Matanari, E., & Sudjiman, P. E. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2018-2020. 3(10), 1–12.
- Prasetyo, A., & Wulandari, S. (2021). Capital intensity, leverage, return on asset, dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. 13, 134–147.
- Prihatini, C., & Amin, M. N. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, intensitas aset tetap, dan kualitas audit terhadap tax avoidance. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1505–1516. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14669>
- Putri, Z. A., & Setiawati, L. (2023). Pengaruh financial distress dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(2), 448–456.
- Rahayu, U., Kartika, A., & Semarang. (2021). Pengaruh profitabilitas, corporate responsibility, capital intensity, ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Maneksi*, 10(1). <https://doi.org/10.31959/jm.v10i1.635>
- Rahmawati, E., Nurlaela, S., & Samrotun, Y. C. (2021). Determinasi profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, intensitas modal, dan umur perusahaan terhadap tax avoidance. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 158. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.206>
- 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/10.59024/jise.v1i4.407>
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/2948/4/.pdf>
- Suryani. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kualitas audit terhadap tax avoidance. 10(1), 19–36. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/1428>