

## **Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia)**

**Maria Clarita Cherlinde Daho<sup>1</sup>, Ganefo Sudirman<sup>2</sup>**

<sup>1) & 2)</sup> Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pamulang  
**email:** mariaclaritacherlindedaho@gmail.com

### **Article History**

Received: 01/03/2025

Revised: 14/04/2025

Accepted: 18/04/2025

**Keywords:** Firm Size, Profitability,  
Tax Aggressiveness

**Abstract:** *This study aims to analyze the effect of firm size and profitability on tax aggressiveness in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. A quantitative approach was employed using multiple linear regression to examine the relationships between variables. Secondary data were obtained from annual reports and financial statements published on the official stock exchange website and the respective company websites. Firm size was proxied by total assets transformed into their natural logarithm, while profitability was measured using the return on assets ratio. Tax aggressiveness was proxied by the effective tax rate. The results indicate that firm size has a significant positive effect, whereas profitability has a significant negative effect on tax aggressiveness. These findings provide implications for corporate management and policymakers to consider internal factors in formulating effective and sustainable tax management strategies.*

### **PENDAHULUAN**

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang memiliki peran penting dalam membiayai pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan. Menurut Siahaan (2020), pajak berfungsi sebagai instrumen fiskal untuk mengatur perekonomian sekaligus sebagai alat redistribusi pendapatan. Dalam konteks ini, kepatuhan wajib pajak, baik individu maupun badan usaha, menjadi kunci utama tercapainya target penerimaan negara. Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya fenomena perusahaan yang melakukan pengelolaan beban pajak secara agresif, yang sering disebut agresivitas pajak.

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. Agresivitas pajak merujuk pada strategi yang digunakan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak mereka melalui perencanaan pajak yang lebih agresif. Dalam konteks perusahaan manufaktur, terutama di sektor makanan dan minuman, ukuran perusahaan dan profitabilitas menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat agresivitas pajak. Ukuran perusahaan sering diukur melalui total aset atau pendapatan, sedangkan profitabilitas biasanya diukur dengan Return on Assets (ROA) atau Return on Equity (ROE) (Sari & Rahardjo, 2021).

Fenomena terkait pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer, khususnya subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023, menunjukkan adanya variasi yang mencolok dalam strategi perpajakan antar perusahaan. Berdasarkan laporan keuangan dan studi terdahulu, sejumlah perusahaan besar dengan profitabilitas tinggi justru tercatat memiliki rasio efektivitas pajak yang rendah, yang menunjukkan adanya indikasi penggunaan strategi perencanaan pajak yang agresif (Pramudito & Sari, 2022). Sebaliknya, perusahaan kecil dengan profitabilitas rendah cenderung patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dan menghindari praktik penghindaran pajak.

Selama periode tersebut, pemerintah Indonesia menerapkan berbagai kebijakan perpajakan seperti penyesuaian tarif Pajak Penghasilan (PPh) badan, insentif fiskal untuk sektor-sektor tertentu, dan stimulus pajak selama masa pandemi. Perubahan-perubahan ini memungkinkan Perusahaan terutama yang memiliki sumber daya besar untuk menyesuaikan strateginya secara lebih fleksibel dan kompleks (Halim & Rahman, 2023). Pandemi COVID-19 pada tahun 2020 juga membawa tekanan besar terhadap kondisi keuangan perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan perusahaan dalam menyusun strategi pajak. Penurunan pendapatan dan laba mendorong sebagian perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak yang lebih agresif sebagai upaya menjaga likuiditas (Khan et al., 2021).

Fenomena lainnya yang turut memengaruhi agresivitas pajak adalah struktur dan karakteristik perusahaan itu sendiri. Perusahaan besar cenderung memiliki akses terhadap konsultan pajak dan teknologi informasi yang lebih canggih, yang memungkinkan mereka merancang strategi penghindaran pajak yang legal namun agresif (Wibowo & Sari, 2022). Di sisi lain, meningkatnya tekanan dari masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menyebabkan beberapa Perusahaan meskipun secara struktur dan profitabilitas mampu melakukan penghindaran pajak lebih memilih untuk menunjukkan kepatuhan demi mempertahankan reputasi (Harrison & Wicks, 2023). Selain itu, perhatian investor terhadap praktik pajak perusahaan juga

---

turut memengaruhi arah strategi manajemen, karena perusahaan dengan reputasi buruk dalam kepatuhan pajak berpotensi kehilangan kepercayaan investor (Carolina & Eddy, 2024).

Tingkat kepatuhan pajak dan intensitas pengawasan dari otoritas juga turut membentuk perilaku agresivitas pajak. Perusahaan yang sering diaudit cenderung lebih hati-hati dalam menyusun strategi perpajakan, sementara perusahaan yang jarang diawasi mungkin lebih berani mengambil risiko (Sari & Rahardjo, 2021).

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas hubungan ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada sektor lain atau pada perusahaan multinasional. Penelitian yang mengkhususkan diri pada sektor makanan dan minuman di Indonesia masih terbatas, padahal sektor ini memiliki karakteristik unik seperti stabilitas permintaan dan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi secara khusus bagaimana ukuran perusahaan dan profitabilitas memengaruhi agresivitas pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2019–2023”

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas, terhadap variabel dependen berupa agresivitas pajak. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif asosiatif tepat digunakan ketika peneliti ingin memperoleh bukti empiris yang bersifat objektif dan dapat diukur secara statistik. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemanfaatan data sekunder dinilai efektif karena informasi yang dibutuhkan telah diaudit dan dipublikasikan secara resmi, sehingga dapat menjamin keandalan dan validitasnya.

Data dikumpulkan melalui dokumentasi dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria tertentu seperti perusahaan yang secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan tahunan, memiliki data lengkap terkait variabel penelitian, dan tidak mengalami delisting selama periode penelitian. Teknik ini digunakan untuk memastikan sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian.

Variabel independen pertama adalah ukuran perusahaan, yang diukur menggunakan logaritma natural dari total aset. Pemilihan proksi ini mengacu pada penelitian Chen et al. (2010) yang menyatakan bahwa logaritma natural total aset mampu merepresentasikan skala perusahaan

secara proporsional. Variabel independen kedua adalah profitabilitas, yang diprosikan melalui return on assets (ROA) dengan rumus laba bersih dibagi total aset, sebagaimana digunakan oleh Rego (2003) dan Lanis dan Richardson (2012). Variabel dependen adalah agresivitas pajak, yang diukur dengan effective tax rate (ETR), yaitu perbandingan antara beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak.

Menurut Frank et al. (2009), ETR merupakan indikator yang dapat menggambarkan tingkat beban pajak yang sesungguhnya ditanggung perusahaan. Semakin rendah nilai ETR, semakin tinggi tingkat agresivitas pajak yang dilakukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan tujuan menguji pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas secara parsial maupun simultan terhadap agresivitas pajak. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan kelayakan model regresi yang digunakan.

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik yang umum digunakan dalam penelitian akuntansi dan keuangan. Software ini memudahkan peneliti dalam mengolah data numerik, menghitung koefisien regresi, menguji signifikansi, serta menyajikan output statistik yang diperlukan. Setiap hasil analisis diinterpretasikan secara hati-hati untuk menghindari bias dalam penarikan kesimpulan. Dengan metode penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak, khususnya pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Indonesia. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis pada literatur perpajakan dan akuntansi keuangan, serta memberikan masukan praktis bagi manajemen perusahaan dan pembuat kebijakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistis Deskriptif

**Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Agresivitas Pajak	105	0.17	0.33	0.2272	0.03188
Ukuran Perusahaan	105	27.23	32.86	29.4733	1.4879
Profitabilitas	105	0.02	0.31	0.0984	0.05097
Valid N (listwise)	105				

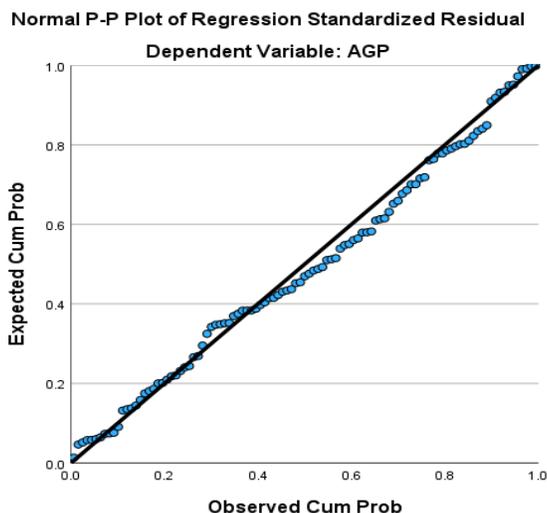
Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang relatif homogen. Variabel agresivitas pajak memiliki rata-rata sekitar 0,227 dengan standar deviasi kecil, mengindikasikan tingkat agresivitas yang relatif serupa antar perusahaan. Ukuran perusahaan rata-rata berada di kisaran 29,47 (log total aset) dengan variasi yang tidak terlalu besar, menunjukkan mayoritas perusahaan memiliki skala yang sebanding. Profitabilitas rata-rata sebesar 9,84 persen dengan variasi sedang, menandakan sebagian besar perusahaan memiliki tingkat laba relatif rendah. Tidak ditemukan data ekstrem yang signifikan, sehingga distribusi data dapat dianggap stabil dan representatif untuk analisis lebih lanjut.

## Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi kelayakan statistik, mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Tujuannya adalah menghindari pelanggaran asumsi yang dapat menyebabkan hasil analisis bias.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi memeriksa apakah residual terdistribusi normal, sehingga estimasi parameter bersifat BLUE. Dalam penelitian ini, normalitas diuji melalui grafik histogram, normal probability plot, dan uji Kolmogorov-Smirnov. Distribusi residual yang normal menjadi indikator bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas – Normal P-Plot**

Hasil uji normalitas melalui Normal P-P Plot menunjukkan titik-titik data mengikuti dan berada di sekitar garis diagonal, menandakan residual terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov juga menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	105		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	0.02947516	
Most Extreme Differences	Absolute	0.065	
	Positive	0.065	
	Negative	-0.046	
Test Statistic	0.065		
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	.200 <sup>d</sup>		
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	0.346	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.334
		Upper Bound	0.358

- |  |
|--|
| a. Test distribution is Normal.  |
| b. Calculated from data.   |
| c. Lilliefors Significance Correction.   |
| d. This is a lower bound of the true significance.                                     |
| e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481. |

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,200 yang lebih besar dari 0,05, sehingga residual berdistribusi normal, sejalan dengan pendapat Putri & Wahyuni (2020) serta Pratama & Sari (2021).

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel memiliki tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, menandakan tidak terjadi multikolinearitas, sesuai temuan Safitri & Sari (2021) serta Rahmawati & Pratama (2020).

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran Perusahaan	0.851	1.176
	Profitabilitas	0.851	1.176

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance 0,851 dan VIF 1,176, keduanya berada dalam batas yang diperbolehkan, sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi.

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin-Watson untuk mendeteksi adanya korelasi antar residual yang dapat memengaruhi validitas hasil regresi.

**Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 <sup>a</sup>	0.673	0.667	0.03290	1.710

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas  
b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

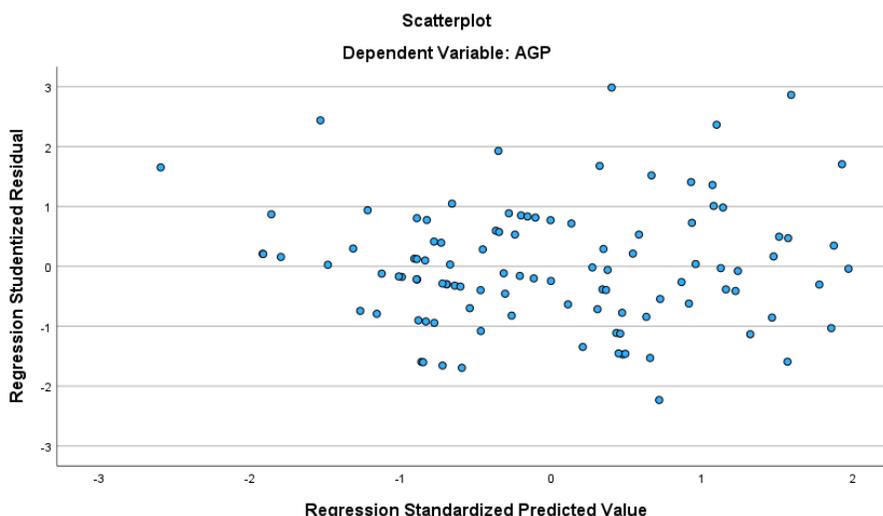
Tabel perhitungan Durbin-Watson menunjukkan nilai DW yang digunakan untuk menilai ada tidaknya autokorelasi pada model regresi. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, nilai DW berada dalam rentang yang mengindikasikan tidak terjadi autokorelasi, sehingga model memenuhi asumsi ini dan hasil analisis dapat dianggap valid.

**Tabel 5. Tabel Durbin-Watson dan Interpretasi**

Parameter	Nilai	Keterangan
n (jumlah observasi)	105	Jumlah data pada model regresi
k (jumlah variabel independen)	2	Ukuran Perusahaan & Profitabilitas
Nilai Durbin-Watson (DW)	1,710	Hasil dari SPSS
dL (lower bound)	$\pm 1,55$	Tabel DW, n = 100–110, k = 2
dU (upper bound)	$\pm 1,65$	Tabel DW, n = 100–110, k = 2
4 – Du	2,35	Batas atas autokorelasi negatif
4 – dL	2,45	

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,710 berada dalam rentang yang menunjukkan tidak adanya autokorelasi, sehingga  $H_0$  diterima dan model regresi memenuhi asumsi bebas autokorelasi.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Grafik scatterplot menunjukkan titik residual menyebar acak tanpa pola, menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas dan layak digunakan untuk memprediksi agresivitas pajak berdasarkan ukuran perusahaan dan profitabilitas.

#### 5. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	0.092	0.066
	Ukuran Perusahaan	0.005	0.002

	Profitabilitas	-0.124	0.062
a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak			

Hasil regresi berganda menunjukkan konstanta 0,092, artinya tanpa pengaruh variabel bebas, agresivitas pajak diprediksi sebesar nilai tersebut. Ukuran perusahaan berkoefisien positif 0,005, menandakan semakin besar perusahaan, semakin tinggi kecenderungan melakukan agresivitas pajak. Sebaliknya, profitabilitas berkoefisien negatif -0,124, menunjukkan profitabilitas tinggi cenderung menurunkan agresivitas pajak, sejalan dengan teori signaling dan reputasi. Secara keseluruhan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh dengan arah berbeda terhadap agresivitas pajak.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

**Tabel 7. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.014	2	0.007	7.635	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	0.094	103	0.001		
	Total	0.108	105			
a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak						
b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas						

Uji F menunjukkan nilai signifikansi < 0,05, sehingga model regresi signifikan secara simultan. Artinya, ukuran perusahaan dan profitabilitas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga hipotesis simultan diterima.

### 2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

**Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.092	0.066		1.393	0.167
	Ukuran Perusahaan	0.005	0.002	0.233	2.341	0.021
	Profitabilitas	-0.124	0.062	-0.198	-1.981	0.05

Uji t menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan negatif. Artinya, perusahaan yang lebih besar cenderung meningkatkan agresivitas pajak, sementara profitabilitas tinggi cenderung menurunkannya.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1		.820 <sup>a</sup>	0.673	0.667	0.0329
a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Prifitabilitas					
b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak					

Hasil model summary menunjukkan hubungan kuat antara ukuran perusahaan dan profitabilitas dengan agresivitas pajak, dengan R Square 0,673 yang berarti kedua variabel menjelaskan 67,3% variasi agresivitas pajak. Adjusted R Square 0,667 mengindikasikan kemampuan penjelasan model tetap baik, dan standard error 0,03290 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang rendah.

### Pembahasan

Penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar skala perusahaan, semakin tinggi kecenderungan melakukan perencanaan pajak agresif, sejalan dengan temuan Chen et al. (2010) yang menyatakan perusahaan besar memiliki sumber daya lebih untuk mengelola beban pajak. Sebaliknya, profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, mendukung teori signaling dan reputasi (Rego, 2003; Lanis & Richardson, 2012) yang menjelaskan perusahaan dengan laba tinggi cenderung menjaga citra dan menghindari risiko dari praktik penghindaran pajak.

Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, dengan kemampuan menjelaskan variasi sebesar 67,3%. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor internal perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan strategi pajak yang diambil. Model regresi yang digunakan telah memenuhi seluruh uji asumsi klasik, meliputi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengawasan dan kebijakan perpajakan perlu mempertimbangkan karakteristik perusahaan, terutama ukuran dan profitabilitas, dalam upaya mengendalikan agresivitas pajak di sektor makanan dan minuman.

### SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Artinya, semakin besar skala perusahaan, semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan strategi pengelolaan pajak secara agresif. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa perusahaan besar memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk melakukan perencanaan pajak. Sebaliknya, profitabilitas ditemukan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan

tingkat keuntungan yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola kewajiban pajaknya, demi menjaga reputasi dan menghindari risiko yang dapat timbul dari praktik penghindaran pajak yang berlebihan.

Secara simultan, kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan dalam menjelaskan variasi agresivitas pajak, menunjukkan bahwa karakteristik internal perusahaan memiliki peran penting dalam strategi perpajakan. Model yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik, sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi pengelolaan pajak yang efektif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik industri makanan dan minuman*. Jakarta: BPS RI.
- Bursa Efek Indonesia. (2023). *Laporan tahunan emiten sektor makanan dan minuman*. Jakarta: BEI.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003>
- 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. <https://doi.org/10.2308/accr.2009.84.2.467>
- Gunawan, J. (2015). "Corporate Social Disclosures in Indonesia: Stakeholders' Influence and Motivation," *Social Responsibility Journal*, 11(3), 535–552. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0058>
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). "a Review of Tax Research," *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 127–178. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.002>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan kebijakan perpajakan*. Jakarta: Kemenkeu RI.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: an Empirical Analysis," *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Prakosa, B. (2014). "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, dan Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 16(2), 88–99. <https://doi.org/10.9744/jak.16.2.88-99>
- Pratama, A., & Sari, R. (2021). "Penerapan Uji Normalitas Dalam Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 145–152.
- Putri, E. N., & Wahyuni, T. (2020). "Analisis Uji Normalitas Pada Data Penelitian Sosial," *Jurnal Statistika dan Pendidikan Matematika*, 4(1), 12–19.
- Rahmawati, D., & Pratama, H. (2020). "Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi Linier," *Jurnal Sains dan Statistika*, 5(1), 33–40.
- Rego, S. O. (2003). "Tax-Avoidance Activities of U.S. Multinational Corporations," *Contemporary Accounting Research*, 20(4), 805–833. <https://doi.org/10.1506/VANN-B7UB-GMFA-9E6W>
- Safitri, N., & Sari, W. (2021). "Analisis Multikolinearitas Pada Penelitian Keuangan," *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 511–524.

- 
- Sari, D., & Martani, D. (2010). "Ownership Characteristics, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness," *Journal of Indonesian Economy and Business*, 25(3), 287–304.
- Siahaan, F. O. P. (2020). *Perpajakan: Teori dan praktik di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widarjono, A. (2020). *Ekonometrika: Pengantar dan aplikasinya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.