

## *The Effects of Leverage, Firm size, Executive Character on Tax Aggressiveness on Consumer Goods Sub Sector in 2017 - 2021*

### **Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Karakter Eksekutif terhadap Agresivitas Pajak pada Sub Sektor Consumer Goods Periode 2017 – 2021**

Ni Made Suartini<sup>1</sup>, Luh Diah Citra Resmi Cahyadi<sup>2\*</sup>, Eka Putri Suryantari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Akuntansi, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(\* ) Corresponding Author: [diahcitraresmi@undhirabali.ac.id](mailto:diahcitraresmi@undhirabali.ac.id)

#### Article info

##### **Keywords:**

*Leverage, Firm size, Executive character, Tax aggressiveness*

##### **Abstract**

*The purpose of this research is to analyze the impact of leverage, company size, and executive character on tax aggressiveness among consumer goods sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the years 2017-2021. Total Debt Ratio is used as a proxy for leverage, Log Total Assets for business size, Corporate Risk for executive personality, and Effective Tax Rate for tax aggression (ETR). Quantitative and qualitative methods of inquiry are employed. The population for this analysis consists of consumer goods producers that are traded on the Indonesia Stock Exchange and fall under the study's time frame (2017-2021). Purposive sampling is used to determine the sample, and a total of 155 businesses are represented during the years 2017-2021. The information for this study comes from the website <http://www.idx.co.id>, which hosts the company's yearly financial reports. The term "documentation" refers to this tactic. The study found that tax aggression is positively and significantly correlated with both leverage and firm size. Executive personality, on the other hand, does not influence tax aggression.*

##### **Kata kunci:**

*Leverage, Ukuran Perusahaan, Karakter Eksekutif, Agresivitas Pajak*

##### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan karakter eksekutif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2021. Total Debt Ratio digunakan sebagai proxy untuk leverage, Log Total Aset untuk ukuran bisnis, Risiko Perusahaan untuk kepribadian eksekutif, dan Tarif Pajak Efektif untuk agresi pajak (ETR). Metode penyelidikan kuantitatif dan kualitatif digunakan. Populasi dalam analisis ini adalah produsen barang konsumsi yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia dan termasuk dalam kerangka waktu penelitian (2017-2021). Purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel, dan total 155 bisnis terwakili selama tahun 2017-2021. Informasi untuk penelitian ini berasal dari website <http://www.idx.co.id> yang memuat laporan keuangan tahunan perusahaan. Istilah "dokumentasi" mengacu pada taktik ini. Studi ini menemukan bahwasanya agresi pajak berkorelasi positif dan signifikan dengan leverage dan ukuran perusahaan. Kepribadian eksekutif, di sisi lain, tidak mempengaruhi agresi pajak.

## PENDAHULUAN

Individu dan bisnis sama-sama memiliki tanggung jawab hukum guna membayar bagian pajak yang adil. Bersama, Yauris dan Agoes (2017). Penerimaan yang dikumpulkan melalui pajak sangat signifikan bagi anggaran negara. Sebagian besar uang yang diperoleh negara berasal dari sumber ini. “Penerimaan Negara terdiri dari penerimaan pajak, penerimaan buku pajak, dan hibah,” bunyi Pasal 11 Undang-Undang Rhode Island Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara, Mardiasmo (2019).

Industri barang konsumsi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan menjamin kelangsungan hidup semua orang di seluruh dunia. Menurut Yulyanah dan Kusumastuti (2019), komoditas digunakan oleh massa begitu cepat sehingga diproduksi oleh perusahaan barang konsumsi dalam jumlah besar dan volume. Tentu saja sisi positifnya, perusahaan di sektor ini banyak mendapat perhatian dari investor. Produsen dalam produk konsumen disukai karena investor terus menempatkan premi pada perusahaan di bidang ini. Pangsa pasar barang konsumsi perusahaan masih bisa naik. Ada lima jenis produsen yang berbeda di pasar produk konsumen. Kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, obat-obatan, daging, dan kebutuhan sehari-hari dihasilkan oleh Subsektor Makanan dan Minuman, Subsektor Tembakau, Subsektor Farmasi, Subsektor Kosmetik dan Perlengkapan Rumah Tangga, dan Subsektor Barang Konsumsi.

Sri Mulyani, Menteri Keuangan RI, mengatakan perekonomian negara, khususnya industri manufaktur, merasakan dampak dari ketidak pastian lingkungan global. Seiring berjalannya Tahun 2020, sektor manufaktur mulai mengalami penurunan, yang berdampak pada kas pemerintah. PPh dan PPn keduanya naik senilai 9,2%, namun restitusi atau restitusi pajak meningkat senilai 18,05% sehingga menurunkan penerimaan pajak sektor manufaktur senilai 1,8%. Industri pertambangan mengalami penurunan pendapatan pajak senilai 19% secara keseluruhan karena meningkatnya restitusi pajak (11,16%) dan pajak penghasilan badan (21,63%). Pada kasus 2014 yang melibatkan PT Coca-Cola Indonesia, di mana perusahaan tersebut diduga melakukan penggelapan pajak melalui penggunaan praktik penyetoran pajak yang menipu, Selain itu, PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk merupakan salah satu kejadian penipuan laporan keuangan di industri manufaktur produk konsumen.

Tahun 2019 terjadinya restitusi pajak dimana terlihat penurunan penerimaan pajak senilai 16 persen. Restitusi pajak dapat terjadi pada semua jenis pajak, Didalam peraturan Undang – undang Perpajakan memberikan hak guna melakukan kewajiban perpajakanya, dimana hak tersebut berupa kompensasi atau restitusi. Dalam pemungutan pajak ada PPN dimana pajak masukan > pajak keluaran. Yang termasuk dalam Pajak Pertambahan Nilai yakni PPN kurang bayar, PPN lebih bayar, ataupun Nihil. Pengaruh pada tingkat penerimaan pajak ialah PPN lebih bayar, dengan adanya restitusi pajak maka akan menimbulkan penurunan dalam jumlah penerimaan pajak. Berikut tabel efektifitas dari pemungutan pajak di 2017 – 2021.

Tabel 1. Persentase Penerimaan Pajak dalam Triliun Rupiah

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Target	1.472,7	1.618	1.786,3	1.404,5	1.229,6
Realisasi	1.343,5	1.518,7	1.546,1	1.285,1	1.277,5
Capaian	91,23%	93,86%	86,55%	84,70%	103,9%

Berdasarkan tabel di atas terlihat Tahun 2017 hingga Tahun 2018 reaslisasi penerimaan pajak tidak begitu mengalami perubahan, manun pada Tahun 2019 capaiannya

mencapai angka 86,55 persen, dimana penurunan ini diakibatkan adanya restitusi pajak, dikarenakan beberapa perusahaan mengajukan pengembalian pajaknya yang lebih bayar. Pada Tahun 2019 pun terjadi hal yang sama, dimana pada Tahun 2020 terjadi penurunan yang capainnya sebesar 84,70 persen, hal ini disebabkan insentif pemerintah bagi pelaku usaha yang terkena dampak pandemi seperti PPH 21 yang ditanggung pemerintah, pengurangan PPH pasal 25, pengembalian PPN yang lebih cepat, dan PPH final bagi UKM yang dibayar oleh pemerintah menyebabkan penurunan realisasi pajak di Indonesia. Tidak hanya restitusi pajak fenomena lain juga terlihat dalam kasus PT Coca-Cola Indonesia, di mana perusahaan tersebut diduga melakukan penggelapan pajak melalui penggunaan praktik penyetoran pajak yang menipu, Selain itu, PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk merupakan salah satu kejadian penipuan laporan keuangan di industri manufaktur produk konsumen. "Selasa (26/3/2019) lalu, Kantor Akuntan Publik Ernst & Young (EY) telah mengeluarkan audit yang menyelidiki dugaan penyimpangan yang dilakukan oleh manajemen lama AISA," lapor salah satu outlet. Keterbukaan informasi EY mencakup beberapa elemen kunci, antara lain perbandingan data internal dengan Laporan Keuangan tahun 2017 yang telah diaudit (Amris, 2019). AR, FI, dan FA Grup AISA dilebih-lebihkan sebesar Rp 4 triliun; penjualan industri makanan dilebih-lebihkan sebesar Rp 662 miliar; dan EBITDA industri dilebih-lebihkan sebesar Rp 329 miliar.

Dalam melakukan Tindakan agresivitas pajak, setiap perusahaan memilih cara legal tanpa melanggar UU perpajakan. UU No.36 Tahun 2008 pasal 6 (1) terdapat biaya yang BISA dikurangi antara lain, biaya bunga sewa dan royalty, biaya perjalanan, Biaya promosi serta penjualan diatur oleh Peraturan Menteri Keuangan (PMK 02/PMK.03/2010), amortisasi biaya aset tidak berwujud, depresiasi biaya aset bergerak, dan biaya jangka panjang lainnya yang berdampak negatif pada arus kas setelah tahun pertama. Wulandari (2018) berpendapat bahwasanya keuntungan yang di dapatkan wajib pajak dalam agresivitas pajak ialah penghematan pajak (*tax saving*) dimana jumlah beban pajak perusahaan jadi lebih kecil. Makin banyak penghematan pajak maka kas yang di dapatkan pemilik atau pemegang saham semakin besar.

Rasio leverage mengungkapkan bagian mana dari aset perusahaan yang didanai oleh utang. bila korporasi meminjam banyak uang, ia harus membayar banyak bunga kepada krediturnya. Karena pembayaran bunga memotong keuntungan, menurunkannya yakni satu dari cara guna menghemat pajak tahun ini. Teori agensi menyebutkan perusahaan mencoba menyusutkan pajak dengan menambah rasio utang. Ketika keringanan pajak untuk bunga utang meningkat, perusahaan dengan beban utang yang besar akan melihat penurunan laba kena pajaknya.

Menurut Fahrani (2017), ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat metrik termasuk kapitalisasi pasar, pendapatan, jumlah karyawan, dan total aset. Teori keagenan menerangkan korelasi diantara agen dan principal, dimana ukuran perusahaan cenderung memiliki laba yang cukup tinggi, manajer menggunakan praktik agresivitas pajak guna mengurangi beban pajak yang dibayarkan, sehingga keuntungan perusahaan terlihat cukup besar dan dengan itu dapat menarik minat investor untuk bergabung diperusahaan tersebut.

Agresivitas pajak dapat terjadi, salah satunya adalah risiko perusahaan. Dimana teori agensi menjelaskan hubungan antara pemegang perusahaan dengan manajer. Wewenang yang diberikan oleh agent untuk seorang manajer dalam menghasilkan keuntungan yang besar haruslah memiliki karakter yang risk taker. Semakin manjer memiliki karakter yang risk taker atau berisiko, maka beban pajak akan berkurang dengan dilakukannya tindakan agresivitas pajak. Berlandaskan teori serta fenomena, maka penulis tertarik melakukan penelitian judulnya "Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Karakter Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak Pada Sub Sektor *Consumer Goods* Periode 2017 – 2021".

## METODE

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dan data yang digunakan berasal dari website BEI. Untuk tahun 2017 sampai dengan tahun 2021, perusahaan-perusahaan di industri produk konsumen telah memberikan informasi keuangan dalam bentuk laporan tahunan. Situs resmi BEI diakses untuk mengumpulkan data penelitian ini, yang mencakup periode waktu 2017 hingga 2021 dan berfokus pada sektor produk konsumen di Bursa Efek Indonesia. tepatnya [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Subyek penelitian adalah sesuatu yang dapat dipelajari dengan cara observasi dan analisis. Berdasarkan topik yang peneliti pilih untuk diselidiki, agresi pajak di antara produsen barang konsumsi pada tahun 2017-2021 dipilih sebagai fokus penelitian. Data sekunder digunakan untuk penelitian ini, artinya dikumpulkan melalui pihak ketiga dan bukan langsung dari sumber asli. lainnya. Sampel terdiri dari 155 perusahaan yang aktif di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2021 yang memproduksi barang konsumsi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi berganda, dimana penerapan uji asumsi klasik diperlukan untuk melakukan analisis linier berganda demi mendapatkan hasil regresi yang sempurna; dan penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yang dibuat untuk mendapatkan gambaran global dari data. Prosedur ini mencakup langkah-langkah berikut: Uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, Uji Normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F), Uji Parsial (Uji t) dan analisis regresi linear berganda dipakai dalam mengetahui pengaruh dari *leverage*, ukuran perusahaan, karakter eksekutif dengan persamaan berikut:

$$CETR = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \dots\dots\dots$$

Keterangan:

Y: Agresivitas Pajak

$\alpha$ : Konstanta

X1: *Leverage*

X2: Ukuran Perusahaan

X3: Karakter Eksekutif

$\varepsilon$ : Error (nilai kesalahan)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

Baik variabel bebas atau variabel terikatnya, atau keduanya, pada model regresi dapat diuji normalitasnya dengan cara ini. Dalam karya ini, uji Kolmogorov-Smirnov dipakai guna memeriksa data residual untuk normalitas. bila nilai probabilitas signifikansi atau koefisien Asymp terlihat bahwasanya data dari suatu penelitian berdistribusi normal, maka hasil penelitian tersebut normal. bila dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang digunakan, Sig. (2-tailed) lebih besar, Tingkat signifikansi dua sisi senilai 0,184 yakni signifikan. Akibatnya, data residual dalam analisis ini harus diasumsikan mengikuti distribusi normal

#### Hasil Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji ini yakni guna menguji apakah variabel-variabel bebas dalam model regresi berkorelasi satu sama lain atau tidak. Nilai faktor toleransi dan varians inflasi

menunjukkan adanya multikolinearitas (VIF). Tidak terjadi multikolinearitas bila nilai tolerance  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$ . Hasil uji multikolinearitas; nilai toleransi dan VIF variabel  $> 0,10$  dan  $< 10$ , terlihat bahwasanya model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini yakni guna memastikan apakah residual dari model regresi memiliki varians yang tidak sama karena dimasukkannya pengamatan tambahan. Teknik Glejser dapat dipakai guna melakukan uji heteroskedastisitas dengan menganalisis nilai residual (nilai absolut) sebagai variabel terikat dan variabel bebas (heteroskedastisitas). Kehadiran heteroskedastisitas dalam model regresi ditolak bila semua variabel independennya punya probabilitas signifikansi  $> 0,05$ .

### Hasil Uji Autokorelasi

Berlandaskan hasil uji autokorelasi diketahui nilai dubin Watson 2,116. Nilai sample senilai 41 dan nilai k (variabel) = 5, diketahui nilai dL = 1,673 dan dU = 1,728, dimana uji dubin Watson  $dU < dW < 4 - dU$ . Diketahui nilai dubin Watson  $> du$  yang senilai 2,116 dan hasil  $4 - dU = 4 - 1,728 = 2,272$  dimana nilai tersebut  $>$  nilai dubin Watson senilai 2,116. Tidak adanya autokorelasi dalam data menunjukkan bahwasanya metode yang dipakai dalam penelitian ini efektif

### Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan Regresi yang diperoleh sebagai berikut  $Y = 0,167 + 0,135 X_1 + 0,260 X_2 - 0,040 X_3 + e$

adapun Persamaan regresi yakni.

1. Diketahui nilai konstanta senilai 0,167 maksudnya bila variabel *leverage*, ukuran perusahaan dan karakteristik eksekutif bernilai 0 (nol), maka agresivitas pajak (Y) naik senilai 0,167.
2.  $\beta_1 = 0,135$  berarti variabel *leverage* memiliki korelasi positif pada agresivitas pajak. Maksudnya bila variabel *leverage* ( $X_1$ ) meningkat satu satuan, maka agresivitas pajak (Y) naik senilai 0,135.
3.  $\beta_2 = 0,260$  berarti variabel ukuran perusahaan memiliki korelasi positif pada agresivitas pajak. Maksudnya, bila variabel ukuran perusahaan ( $X_2$ ) naik satu satuan, akibatnya agresivitas pajak (Y) naik senilai 0,260.
4.  $\beta_3 = -0,040$  berarti variabel karakteristik eksekutif memiliki korelasi negatif pada agresivitas pajak. Maksudnya, bila variabel karakteristik eksekutif ( $X_3$ ) meningkat satu satuan, maka agresivitas pajak (Y) turun senilai -0,040.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil Uji  $R^2$  membuktikan besarnya *adjusted R Square* yakni 0,359. Maksudnya variabel *leverage*, ukuran perusahaan dan karakteristik eksekutif memengaruhi agresivitas pajak senilai 35,9 persen. sementara sisanya senilai 64,1 persen diterangkan oleh faktor lainnya di luar model yang dianalisis.

### Uji Kelayakan Model (Uji-F)

Uji kelayakan model dilakukan dalam melihat apakah seluruh variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh sehingga dapat diketahui bahwasanya model penelitian ini layak. Nilai sig senilai  $0,000 < 0,05$ . Maka, model regresi bisa dipakai guna meramalkan agresivitas pajak, dan leverage, ukuran bisnis, dan kualitas eksekutif semuanya memiliki pengaruh positif pada agresivitas pajak.

### Uji Hipotesis (Uji-T)

Tingkat signifikansi  $t$  senilai  $0,492 > 0,05$  serta nilai koefisien regresi senilai  $-0,040$  yang memiliki nilai negatif sehingga  $H_3$  ditolak. Hal ini berarti karakteristik eksekutif tidak memengaruhi agresivitas pajak.

## Pembahasan

### Pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis  $H_1$  menentukan bahwasanya Leverage memengaruhi agresivitas pajak yang diukur dengan ETR secara positif. Ini sesuai dengan penelitian Pitaloka dan Merkusiwati (2019) ialah leverage memengaruhi agresivitas pajak secara positif. Hubungan Leverage dengan agresivitas pajak karena pembayaran bunga atas hutang dikurangkan dari pendapatan sebagai pengeluaran bisnis, penggunaan hutang berhubungan baik dengan strategi pemotongan pajak (Arianandini & Ramantha, 2018). Teori agensi menyatakan bahwasanya seorang manajer terkait erat dengan pilihannya guna mengurangi biaya bunga yang harus dibayar perusahaan. Untuk tujuan perpajakan, bunga dianggap sebagai penghasilan kena pajak berdasarkan Pasal 6(1) UU Statuta No.3 UU No.36 Tahun 2008. Secara umum, hutang perusahaan kepada vendornya termasuk dalam kategori hutang jangka pendek tanpa bunga. Karena sebagian dari pinjaman perusahaan yakni hutang lancar yang tidak dikenakan pembayaran bunga, leverage tidak memiliki dampak yang menguntungkan pada agresivitas pajak bagi perusahaan di industri ini.

### Pengaruh ukuran perusahaan Terhadap agresivitas pajak

Berlandaskan hasil pengujian hipotesis  $H_2$  dinyatakan ukuran perusahaan memengaruhi agresivitas pajak positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bila nilai ukuran perusahaan perusahaan semakin meningkat, maka agresivitas pajak juga akan semakin meningkat. Dalam teori agensi menyatakan dengan informasi tersebut dapat memberikan sinyal positif terhadap para investor guna menanamkan modalnya. Individu yang kaya akan dapat membedakan area di mana perusahaan besar akan memiliki sumber daya yang cukup.

### Pengaruh karakter eksekutif terhadap agresivitas pajak

Berlandaskan hasil hipotesis  $H_3$  menyatakan bahwasanya karakter eksekutif tidak memengaruhi agresivitas pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bila nilai karakteristik eksekutif makin meningkat, maka agresivitas pajak tidak akan meningkat. Teori agensi menyatakan bahwasanya wewenang untuk mengambil keputusan diberikan oleh agen kepada manajer dalam mengambil sebuah keputusan, tanpa melihat besar kecilnya perusahaan tersebut. Namun tidak semua manajer memiliki karakter yang berani mengambil resiko yang tinggi, dikarenakan ada hal-hal yang dapat dilakukan oleh pemerintah terkait dengan pemeriksaan pajak. Jadi bahkan bila manajer membuat keputusan berisiko tinggi dan rendah, mereka tidak akan menghindari pajak di perusahaan.

## SIMPULAN

Kesimpulan berikut dapat dibuat berlandaskan analisis data pada bab sebelumnya.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bila nilai leverage perusahaan makin naik, maka agresivitas pajak juga akan semakin naik, hasil tingkat signifikansi t senilai  $0,006 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi senilai 0,135 yang memiliki nilai positif, karena semakin tinggi leverage akibatnya laba kena pajak akan semakin berkurang sebab insentif pajak atas bunga utang semakin meningkat.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bila nilai ukuran perusahaan perusahaan semakin meningkat, maka agresivitas pajak juga akan semakin meningkat, diketahui hasil tingkat signifikansi t senilai  $0,024 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi senilai 0,260 yang memiliki nilai positif, karena ukuran perusahaan yang besar punya laba yang besar juga, dengan demikian Tindakan agresivitas pajak pun dilakukan guna mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan.
3. Diketahui hasil tingkat signifikansi t senilai 0,492 yang lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi senilai -0,040 yang memiliki nilai negatif Hasil penelitian ini menunjukkan bila nilai karakteristik eksekutif semakin meningkat, maka agresivitas pajak tidak akan meningkat, dikarenakan karakter yang dimiliki tidak cukup berani dalam mengambil sebuah keputusan dimana banyak pertimbangan yang dilakukan, diantaranya pemeriksaan atau audit yang dapat dilakukan oleh petugas pajak terkait.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dihadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, artikel yang berjudul “Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Karakter Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak Pada Sub Sektor *Consumer Goods* Periode 2017 - 2022” selesai sesuai harapan, terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R. N. R. & Fadilah, A. R. (2019). Pengaruh *Return on Asset (ROA)*, *Current Ratio (CR)*, *Debt To Asset Ratio (DAR)*, Dan *Capital Intensity Ratio (CIR)* Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 14, 46–59.
- Adiyani. & Septanta. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak dengan CSR sebagai *Variabel Intervening* (Studi Empiris pada Perusahaan *Property and Real Estate* yang Terdaftar BEI Tahun 2010-2014). *Skripsi Universitas Pamulang*.
- Ann, S. & Manurung, A. H. (2019). *The Influence of Liquidity, Profitability, Intensity Inventory, Related Party Debt, And Company Size To Aggressive Tax Rate*. *Archives of Business Research*, 7(3), 105–115.
- Fahrani., Nurlaela., & Chomsatu. (2017). Pengaruh Kepemilikan Terkonsentrasi, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Capital Intensity* Dan *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekonomi Paradigma* Vol. 19 No. 02 Agustus 2017 – Januari 2018.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. 3, 305–360.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan (Edisi 2019)*. Yogyakarta: Andi.

- Arianandini, P. W. & Ramantha, I. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Institusional pada Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.22.3. Maret (2018).
- Pratiwi, N. P. D., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2020). Pengaruh *Financial Distress, Leverage dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016.
- Saputro, D. A. (2017). Pengaruh kompensasi eksekutif dan karakter eksekutif terhadap penghindaran pajak. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Wulandari, D. (2018). Pengaruh *likuiditas, leverage, intensitas persediaan, intensitas aset tetap dan manajemen laba* pada tingkat agresivitas wajib pajak badan. Skripsi. Universitas Muria Kudus.
- Wiguna, I. P. P. & Jati, I. K. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Preferensi Risiko Eksekutif, dan Capital Intensity Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(1).
- Yanti, L. D. & Hartono, L. (2019). *Effect of Leverage, Profitability and Company Size on Tax Aggressiveness. (Empirical Study: Subsector Manufacturing Companies Food, Beverage, Cosmetics and Household Purposes Manufacturing Listed on the Indonesia Stock Exchange for 2014-2017)*.