



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2025

Muhammad Reza Adi Nugroho^{1*}, Uswatun Khasanah², Maidani³, Tutty Nuryati⁴

¹⁻⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: mrezaadi1310@gmail.com¹, uswatun.khasanah@dsn.ubharajaya.ac.id²,
maidani@dsn.ubharajaya.ac.id³, tutty.nuryati@dsn.ubhara.jaya.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: mrezaadi1310@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to test and analyze the influence of capital intensity, transfer pricing, advertising intensity, and earnings management on tax aggressiveness. This study uses a quantitative research method with secondary type of data obtained from the company's financial statements listed on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study is manufacturing companies in the consumer non-cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2025 period. The samples in this study were determined using purposive sampling techniques so that as many as 204 data samples that met the criteria were obtained. The handling of outliers in this study used a data removal technique (trimming) so that as many as 187 data samples were obtained. The data analysis methods used include descriptive statistical tests, classical assumption tests, panel data regression tests, and hypothesis tests. The results of this study show that: Capital intensity has a positive effect on tax aggressiveness; Transfer pricing has no effect on tax aggressiveness; Advertising intensity has a positive effect on tax aggressiveness; Profit management has no effect on tax aggressiveness; Capital intensity, transfer pricing, advertising intensity, and profit management have an effect on tax aggressiveness simultaneously.*

Keywords: *Advertising Intensity; Capital Intensity; Profit Management; Tax Aggressiveness; Transfer Pricing.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2025. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sebanyak 204 sampel data yang memenuhi kriteria. Penanganan *outlier* dalam penelitian ini menggunakan teknik pembuangan data (*trimming*) sehingga diperoleh sebanyak 187 sampel data. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi data panel, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak; *Transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak; *Advertising intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak; Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak; *Capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak secara simultan.

Kata kunci: Agresivitas Pajak; Intensitas Iklan; Intensitas Modal; Manajemen Laba; *Transfer Pricing*.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki potensi besar, dengan jumlah populasi penduduk terbesar di dunia dan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, yang mana pajak menjadi salah satu sumber penerimaan utama bagi negara. Oleh karena itu, pemerintah meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak, baik perusahaan maupun individu, agar membayar pajak tepat waktu. Namun, kenyataannya, masih banyak wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya atau mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan melalui praktik perpajakan yang agresif atau biasa disebut

agresivitas pajak, sehingga dapat berdampak pada realisasi penerimaan negara bebas (Pradhana & Nugrahanto, 2021).

Fenomena yang ada di Indonesia mengenai agresivitas pajak merupakan masalah yang sering terjadi hampir setiap tahun, yang menunjukkan bahwa praktik agresivitas pajak masih menjadi isu penting dalam dunia bisnis, terutama pada perusahaan besar yang memiliki jaringan bisnis luas. Perusahaan dapat memanfaatkan berbagai strategi seperti *transfer pricing*, penggunaan perusahaan afiliasi di luar negeri, atau pengaturan transaksi antarperusahaan dalam satu grup untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Kondisi tersebut menimbulkan kekhawatiran karena dapat mengurangi penerimaan pajak negara yang seharusnya digunakan untuk membiayai pembangunan dan kegiatan pemerintahan, serta menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang memengaruhi praktik agresivitas pajak (Handayanto et al., 2024).

Berbagai penelitian telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak, di antaranya *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba. *Capital intensity* dapat digunakan sebagai cara untuk mengurangi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan karena adanya beban penyusutan yang dapat mengurangi laba perusahaan (Pramesti & Susilawati, 2023). *Transfer pricing* digunakan untuk mengubah harga jual antara entitas dalam kelompok, memungkinkan keuntungan ditransfer ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah (Hendrianto et al., 2025). Selain itu, *advertising intensity* termasuk dalam biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto, memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang (Susanti & Satyawan, 2021). Manajemen laba cenderung digunakan perusahaan guna berupaya menekan beban pajak dengan melaporkan laba yang tidak terlalu tinggi (Susanti et al., 2025).

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian oleh Rahmawati & Jaeni (2022) menunjukkan hasil bahwa *capital intensity* berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian terdahulu lainnya menunjukkan hasil yang berbeda. Demikian pula pada variabel *transfer pricing* penelitian yang dilakukan oleh Maharani & Sulistiyowati (2023) menunjukkan hasil bahwa *transfer pricing* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Penelitian oleh Pasaribu (2023) menunjukkan hasil bahwa *advertising intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, serta menurut Asalam & Astuti (2023) menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Sebaliknya, beberapa penelitian yang dilakukan oleh Waladi & Prastiwi (2022); Manullang & Karundeng (2023); Indriyani et al. (2022); dan Rahmi et al. (2024) menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh negatif

terhadap agresivitas pajak Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap yang masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*.

Sektor *consumer non-cyclicals* dipilih karena memiliki permintaan yang relatif stabil, namun praktik agresivitas pajak umumnya masih sering terjadi pada sektor ini. Sehingga membutuhkan perhatian yang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor lainnya. Selain itu, penelitian mengenai agresivitas pajak pada sektor ini dengan periode pengamatan 2020–2025 masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada objek penelitian yang berfokus pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan data terbaru periode 2020–2025.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan pertama kali dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976). Teori ini menjelaskan konsep mengenai adanya hubungan antara pemegang saham atau pemilik perusahaan yang bertindak sebagai pihak pemberi kewenangan (*principal*) dan manajemen sebagai pihak yang diberi kewenangan (*agent*). Dalam hubungan tersebut, manager diberi wewenang dan kepercayaan oleh pemilik perusahaan untuk mengelola kegiatan operasi perusahaan, yang mana hubungan ini dapat memicu adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manager yang menyebabkan ketidakefisien informasi yang diperoleh keduanya (Kelib, 2024). Dengan demikian, agresivitas pajak dalam perusahaan kerap dikaitkan dengan teori agensi karena pihak agen, yakni manajemen, cenderung mendorong tindakan agresif dalam hal pajak dengan memanfaatkan ketentuan peraturan perpajakan yang masih sah dan diizinkan guna menekan jumlah pajak mereka (Wicaksono et al., 2023).

Teori Akuntansi Positif

Menurut Watts & Zimmerman (1986), teori akuntansi positif dijelaskan sebagai pendekatan untuk menghadapi situasi di masa mendatang. Pendekatan ini dilakukan dengan menerapkan pengetahuan akuntansi yang tepat. Selain itu, melibatkan penerapan keterampilan akuntansi yang relevan dan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku. Dengan kata

lain, manajemen diberi kewenangan dalam memilih metode akuntansi yang sesuai dengan regulasi standar akuntansi (Khasanah et al., 2023).

Agresivitas Pajak

Menurut Duke & Trisnawati (2025), agresivitas merujuk pada upaya yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak melalui strategi perencanaan pajak yang memanfaatkan celah-celah hukum yang tersedia. Pendekatan ini bertujuan mengoptimalkan laba bersih serta memperkuat posisi keuangan perusahaan secara keseluruhan (Sormin, 2021). Selain itu, dalam praktiknya manajemen sering dihadapkan pada tekanan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga mendorong manajemen melakukan berbagai strategi untuk meminimalkan beban pajak perusahaan. Kondisi ini dapat memicu munculnya praktik agresivitas pajak sebagai salah satu bentuk strategi yang dilakukan perusahaan dalam mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh (Maidani et al., 2025).

Capital Intensity

Capital intensity mengacu pada sejauh mana perusahaan mengalokasikan sumber daya keuangannya untuk kegiatan operasional dan pembelian aset guna membantu menghasilkan pendapatan. Karena biaya penyusutan pada aset tetap dapat dikurangkan, hal ini berpotensi menurunkan biaya penyusutan tahunan. Hal ini berdampak langsung pada jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan (Sirait & Djunaedi, 2023). Perusahaan yang memiliki tingkat intensitas modal tinggi cenderung menghadapi beban depresiasi lebih besar, sehingga mengalami pengurangan laba yang lebih signifikan. Oleh karena itu, mereka memanfaatkan rasio *capital intensity* tinggi sebagai strategi untuk menekan laba sebelum pajak (Bahrudin et al., 2024).

Transfer Pricing

Transfer pricing juga dapat diartikan sebagai biaya yang dibebankan oleh satu segmen bisnis kepada segmen lain dalam satu entitas untuk transaksi yang terjadi di antara mereka (Nuryati et al., 2023). Perusahaan cenderung mengurangi pendapatan yang dilaporkan di negara dengan tarif pajak tinggi, mengingat pajak yang dikenakan oleh otoritas pajak biasanya dihitung berdasarkan besarnya pendapatan perusahaan (Siahaya & Lingga, 2024).

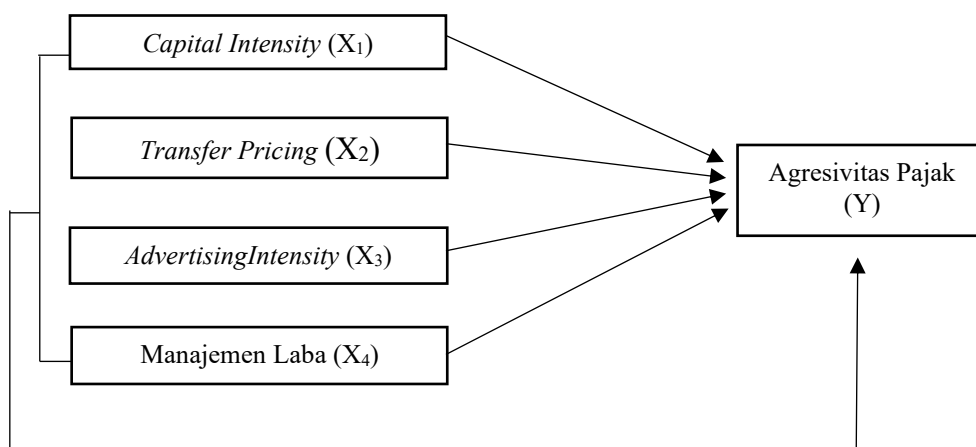
Advertising Intensity

Advertising intensity menjadi salah satu indikator untuk menilai proporsi sumber daya perusahaan yang dialokasikan pada aktivitas periklanan (Yanti et al., 2024). Selain itu, peningkatan biaya iklan juga dapat memengaruhi besarnya laba kena pajak perusahaan karena biaya tersebut termasuk dalam beban yang dapat mengurangi laba. Oleh karena itu,

peningkatan beban iklan berpotensi menurunkan laba kena pajak sehingga dapat memengaruhi besarnya kewajiban pajak perusahaan (Rahmawati & Nursita, 2025).

Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai intervensi yang dilakukan manajer terhadap pelaporan informasi keuangan, dengan maksud memengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap kinerja operasional dan kondisi finansial perusahaan (Asalam & Astuti, 2023). Salah satu motivasi yang mendorong terjadinya manajemen laba adalah upaya meminimalkan beban pajak perusahaan. Dalam kasus ini, manajer dapat menyesuaikan laba yang dilaporkan dengan strategi pengurangan laba (*income decreasing*), sehingga mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar (Wesly & Kuntadi, 2024).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jenis dan sumber data berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2020-2025. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yang menghasilkan 204 sampel data olahan yang telah memenuhi kriteria. Penanganan *outlier* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *trimming*, sehingga menghasilkan 187 sampel data akhir. Metode analisis yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi data panel, dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel

Uji Chow

Tabel 1. Hasil Uji *Chow*

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.371210	(33,149)	0.0000
Cross-section Chi-square	146.555160	33	0.0000

Berdasarkan uji Chow, diketahui bahwa nilai *probability cross-section Chi-Square* adalah sebesar $0,0000 < 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji Chow, maka model regresi data panel terbaik yang digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Selanjutnya, untuk memilih regresi data panel yang sesuai, maka dilakukan uji Hausman.

Uji Hausman

Tabel 2. Hasil Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	9.877461	4	0.0425

Berdasarkan uji Hausman, diketahui bahwa nilai *probability cross-section random* adalah sebesar $0,0425 < 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji Hausman, maka model regresi data panel terbaik yang digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Dengan demikian, uji *lagrange multiplier* tidak dilakukan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

	CI	RPT	AI	DA
CI	1,000000	0,009624	0,112287	-0,105285
RPT	0,009624	1,000000	0,050011	0,179971
AI	0,112287	0,050011	1,000000	-0,032063
DA	-0,105285	0,179971	-0,032063	1,000000

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa hasil matriks korelasi seluruh variabel independen $< 0,85$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada model regresi penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.020740	0.011005	1.884607	0.0614
CI	0.005678	0.029490	0.192522	0.8476
RPT	0.007180	0.011125	0.645398	0.5197
AI	-0.146046	0.101957	-1.432422	0.1541
DA	0.007235	0.024201	0.298940	0.7654

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas keempat variabel $> 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis**Tabel 5.** Hasil Uji Hipotesis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.169707	0.020287	8.365117	0.0000
CI	0.124487	0.054363	2.289897	0.0234
RPT	-0.007049	0.020508	-0.343714	0.7315
AI	0.533786	0.187953	2.840005	0.0051
DA	-0.085932	0.044613	-1.926159	0.0560
Prob(F-statistic)				0.000000
Adjusted R-squared				0.462629

Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak dengan t hitung sebesar $2,289897 > t$ tabel sebesar $1,972870$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,0234$; nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi $0,05$ ($0,0234 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak diterima.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa adanya kontrak antara pemilik perusahaan dengan manajemen (*agent*) yang memiliki persamaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Namun, manajemen memiliki kepentingan pribadi yaitu untuk mendapatkan kompensasi yang diinginkan dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan, Dalam hal ini, manajemen dapat memanfaatkan penyusutan aset tetap guna menekan beban pajak perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan secara sadar menyimpan proporsi aset yang besar untuk menghindari pajak, bukan secara langsung digunakan untuk mendukung aktivitas operasional dan keberlangsungan kegiatan perusahaan. Selain itu, adanya umur ekonomis yang dimiliki aset tetap dapat menimbulkan beban depresiasi bagi perusahaan setiap tahunnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

Rahmawati & Jaeni (2022), Rosadani & Wulandari (2023), dan Pramesti & Susilawati (2023) yang menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Transfer Pricing terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan t hitung sebesar $-0,343714 < t$ tabel sebesar $1,972870$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,7315$; nilai ini lebih besar dari nilai signifikansi $0,05$ ($0,7315 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa *transfer pricing* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ditolak.

Berdasarkan hal tersebut, pemerintah memiliki otoritas untuk melakukan koreksi terhadap penetapan harga transfer yang dilakukan perusahaan dalam transaksi dengan pihak berelasi. Selain itu, adanya pengawasan dan regulasi perpajakan terkait transaksi pihak berelasi menyebabkan perusahaan semakin terbatas dalam melakukan praktik *transfer pricing*, sehingga hal tersebut tidak mempengaruhi agresivitas pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberlakuan regulasi perpajakan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk melakukan praktik agresivitas pajak, khususnya melalui *transfer pricing*. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutomo et al. (2021), Alexandra & Kusmawati (2023), dan Lestari & Syofyan (2023) yang menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Advertising Intensity terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *advertising intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak dengan t hitung sebesar $-2,840005 > t$ tabel sebesar $1,972870$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,0051$; nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi $0,05$ ($0,0051 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa *advertising intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak diterima.

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa perusahaan mengeluarkan biaya periklanan yang umumnya digunakan untuk mendorong kegiatan promosi, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat daya saing perusahaan di pasar. Penggunaan biaya tersebut dimanfaatkan untuk melakukan praktik agresivitas pajak guna memperoleh laba yang optimal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, perusahaan cenderung memanfaatkan biaya iklan tersebut sebagai strategi untuk meminimalkan efisiensi pajak. Hal tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan menjadikannya instrumen penghindaran pajak. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Pasaribu (2023) dan Abidin (2023) menunjukkan bahwa *advertising intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa *advertising intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan t hitung sebesar $-1,926159 < t$ tabel sebesar $1,972870$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,0560$; nilai ini lebih besar dari nilai signifikansi $0,05$ ($0,0560 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak ditolak.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini tidak sejalan dengan teori keagenan, yang mana dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya hubungan antara manajemen laba dan agresivitas pajak, sehingga menunjukkan bahwa tinggi rendahnya praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan pada saat terjadi penurunan pendapatan tidak secara signifikan memengaruhi upaya meminimalisasi pajak. Selain itu, pada akhir periode pelaporan, perusahaan tetap melakukan rekonsiliasi fiskal atau koreksi fiskal atas laba sebelum pajak sebagai dasar dalam menentukan besarnya kewajiban perpajakan perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnugraha et al. (2022) dan Putri & Lahaya (2023) menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Capital Intensity, Transfer Pricing, Advertising Intensity, dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar $0,000000$, di mana nilai tersebut lebih kecil dari $0,05$ ($0,000000 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak diterima.

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa perusahaan memanfaatkan *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba guna meminimalkan beban pajak perusahaan. Selain itu, perusahaan cenderung memanfaatkan celah peraturan kebijakan perpajakan dalam menerapkan praktik agresivitas pajak.

Hasil penelitian ini perusahaan dalam menginvestasikan modal pada aktiva tetap, dan mengeluarkan biaya iklan guna melakukan pemasaran, cenderung digunakan untuk melakukan penghindaran pajak. Selain itu, adanya celah dalam kebijakan perpajakan serta pemilihan penerapan strategi yang dilakukan manajer dengan tujuan meminimalkan beban pajak

menyebabkan perusahaan melakukan praktik agresivitas pajak yang semakin tinggi. Dengan demikian, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulya & Anggraeni (2022), Duke & Trisnawati (2025), dan Alfianita & Gunarto (2025) menunjukkan bahwa *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, yang berarti semakin tinggi tingkat *capital intensity* suatu perusahaan, semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajaknya. Sebaliknya, *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga menunjukkan bahwa perusahaan tidak lagi menjadikan transfer pricing sebagai instrumen utama dalam praktik penghindaran pajak. *Advertising intensity* juga terbukti berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, yang mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas biaya periklanan diikuti oleh meningkatnya agresivitas pajak perusahaan. Sementara itu, manajemen laba tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan ketika terjadi penurunan pendapatan tidak secara signifikan memengaruhi upaya meminimalkan beban pajak. Namun, secara simultan, *capital intensity*, *transfer pricing*, *advertising intensity*, dan manajemen laba terbukti berpengaruh terhadap agresivitas pajak, yang menunjukkan bahwa kombinasi keempat faktor tersebut turut memengaruhi strategi perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak untuk memperoleh laba yang lebih optimal.

Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang mana hanya menggunakan sampel di perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*. Serta terdapat perbedaan nilai yang cukup ekstrem antarperusahaan, khususnya pada variabel agresivitas pajak. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain diluar penelitian ini yang mampu memengaruhi agresivitas pajak. Selain itu, memperluas objek penelitian dengan menggunakan populasi atau sampel lain selain perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta menambahkan periode penelitian sehingga dapat menciptakan total observasi yang luas.

DAFTAR REFERENSI

- Abidin, J. (2023). Pengaruh Capital Intensity Dan Advertising In-Tensity Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Firm Size Sebagai Variabel Moderasi. *Distribusi - Journal Of Management And Business*, 11(2), 197–206. <https://doi.org/10.29303/Distribusi.V1i2.393>
- Alexandra, N., & Kusmawati. (2023). Pengaruh Leverage Dan Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2(2), 33–42.
- Alfianita, E., & Gunarto, R. I. (2025). Pengaruh Transfer Pricing, Advertising Intensity Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Indonesia Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 1(5), 342–360. <https://doi.org/10.61674/K5w9yc73>
- Andini, D. P., & Yulyanah. (2025). Pengaruh Profitabilitas Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 23(12). <https://doi.org/10.8734/Mnmae.V1i2.359>
- Asalam, A. G., & Astuti, A. P. (2023). Pengaruh Manajemen Laba, Komite Audit, Kepemilikan Institusional Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 506–513. <https://doi.org/10.37034/InfEb.V5i2.583>
- Bahrudin, M., Islam, S., & Rahmatika, D. N. (2024). Pengaruh Capital Intensity Dan Return On Asset Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 183–196. <https://doi.org/10.61132/Jpaes.V1i3.292>
- Duke, D. I., & Trisnawati, R. (2025). Analisis Determinan Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Energi Di Bursa Efek Indonesia Analysis Of Determinants Of Tax Aggressiveness In Energy Sector Companies On The Indonesia Stock Exchange. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6(1), 190–206.
- Handayanto, A. J., Sularsih, H., Wibisono, S. H., & Hayuningtyas, R. F. (2024). Memahami Dinamika Agresivitas Pajak: Peran Likuiditas, Leverage, Dan Csr Dalam Konteks Perusahaan Manufaktur Bei. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(1), 2085–1960.
- Hendrianto, S., Dara, N., & Masturo. (2025). Pengaruh Transfer Pricing, Good Corporate Governance, Growth Opportunity Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4658–4666. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i1.2368>
- Hutomo, M. A., Sari, R. H. D. P., & Nopiyanti, A. (2021). Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization, Dan Tunneling Incentive Terhadap Agresivitas Pajak. *Prosiding Biema Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*, 2, 141–157.
- Indriyani, S., Istiqomah, I., Wijaya, C., Shaleh, W. M., Sari, R., Yanti, E., & Utami, C. K. (2022). Pengaruh Advertising Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi, Auditing & Keuangan Syariah (Jaakes)*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.30999/Jaakes.V1i2.3102>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal Of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405x(76)90026-X)
- Kelib, S. A. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2023).

- Khasanah, U., Hasanah, D., & Marundha, A. (2023). Determinan Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(3). [Http://Jurnal.Anfa.Co.Id/Index.Php/Mufakat](http://Jurnal.Anfa.Co.Id/Index.Php/Mufakat)
- Lestari, N., & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Thin Capitalization Dan Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(4), 1418–1432. <https://doi.org/10.24036/Jea.V5i4.1027>
- Maharani, S., & Sulistiyowati, R. (2023). Pengaruh Profitability, Transfer Pricing, Inventory Intensity, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Coal Production, Gold, Diversified Metals Dan Mineral Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, (1), 37–48.
- Maidani, Pujiwaty, A., & Marundha, A. (2025). The Effect Of Financial Distress, Inventory Intensity And Capital Structure On Tax Aggressiveness (Food & Beverage Issuer Of The Indonesia Stock Exchange Period 2019-2023). *Jurnal Ekonomi*, 14(1).
- Manullang, M. V., & Karundeng, M. L. (2023). Pengaruh Leverage, Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Teknologi Yang Terdaftar Dalam Bei Pada Tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, (3).
- Mulya, A. A., & Anggraeni, D. (2022). Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, Pendanaan Aset Dan Profitabilitas Sebagai Determinan Faktor Agresivitas Pajak. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4263–4271. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i4.1152>
- Nuryati, T., Anggraeni, S. P., Rossa, E., Faeni, D. P., & Manrejo, S. (2023). Pengaruh Mekanisme Bonus Dan Intangible Assets Terhadap Transfer Pricing Dengan Tax Avoidance Sebagai Variabel Moderasi The Effect Of Bonus Mechanism And Intangible Assets On Transfer Pricing With Tax Avoidance As A Moderating Variable. *Sinomika Journal | Volume*, 2(4). <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V2i4.1575>
- Pasaribu, S. R. (2023). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021.
- Pradhana, A. Z., & Nugrahanto, A. (2021). Agresivitas Pelaporan Keuangan Dan Penghindaran Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 5(2), 90–101. <https://doi.org/10.31092/Jpi.V5i2.1376>
- Pramesti, W. R., & Susilawati, C. (2023). Pengaruh Kompensasi Manajemen, Umur Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Capital Intensity Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 346–365. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V6i1.3822>
- Rahmawati, F., & Nursita, M. (2025). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales. *J. Aktivitas*, 3(1), 115–132.
- Rahmawati, N. T., & Jaeni. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(2), 628.
- Rahmi, I., Handayani, D., & Heriyanto, R. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Manajemen Laba, Sales Growth, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 161–172. <https://doi.org/10.61722/Jemba.V1i3.457>

- 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://doi.org/10.5281/zenodo.7834712>
- Siahaya, P., & Lingga, I. S. (2024). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Di Perusahaan Multinasional. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(4), 441–448. <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i4.872>
- Sirait, J., & Djunaedi, M. K. D. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Kalbisiana Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 9(3), 490–503. <https://doi.org/10.53008/kalbisiana.v9i3.593>
- Sormin, F. (2021). The Influence Of Inventory Intensity, Profitability And Leverage On Tax Aggressiveness. *International Journal Of Management Studies And Social Science Research*, 3(1). www.ijmsssr.org
- Susanti, D. L., Susanti, E., Agia, L. N., & Nurjannah, H. (2025). Pengaruh Kepemilikan Terkonsentrasi, Kepemilikan Keluarga, Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Consumer Non - Cyclical. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 35(2), 61–74. [https://doi.org/10.25299/kiat.2024.vol35\(2\).21575](https://doi.org/10.25299/kiat.2024.vol35(2).21575)
- Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/>
- Waladi, A., & Prastiwi, D. (2022). Pengaruh Sales Growth, Capital Intensity, Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 11(1), 25–35. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v11n1.p25-35>
- Wesly, J., & Kuntadi, C. (2024). Pengaruh Manajemen Laba Dan Financial Distress Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 473(3), 473–483. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Wicaksono, S. A., Asyik, N. F., & Wahidahwati, W. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 350–367. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.17893>
- Yanti, E., Utami, C. K., & Maulany, S. G. (2024). Neraca Pengaruh Inventory Intensity, Deferred Tax Expense Dan Advertising Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 755(1), 754–769. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>