

Agresivitas Pajak dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya

Huda Aulia Rahman^{1,*}

¹ Magister Akuntansi; Universitas Mercu Buana; Jl. Meruya Selatan, No. 1 Kembangan, Jakarta Barat 11650, 0215840816; e-mail: hudaauliarahman@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: hudaauliarahman@gmail.com

Diterima: 03 September 2021; Review: 28 September 2021; Disetujui: 13 Oktober 2021

Cara sitasi: Rahman HA. 2021. Agresivitas Pajak dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya. Jurnal Online Insan Akuntan. Vol 6 (2): 195-206

Abstrak: Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dampak *transfer pricing*, profitabilitas, *capital intensity*, beban iklan, dan *gender diversity* pada agresivitas pajak. Populasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2017-2019. Sampel penelitian yang digunakan yaitu 98 perusahaan sektor manufaktur yang terseleksi berdasarkan metode *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dengan analisis regresi data panel. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu profitabilitas berpengaruh positif pada agresivitas pajak, *capital intensity* berpengaruh negatif pada agresivitas pajak, sedangkan *transfer pricing*, beban iklan, dan *gender diversity* tidak berpengaruh pada agresivitas pajak.

Kata kunci: Agresivitas Pajak, Beban Iklan, *Capital Intensity*, Profitabilitas, *Transfer Pricing*

Abstract: This study aimed to analyse the impact of *transfer pricing*, profitability, *capital intensity*, advertising expense, and *gender diversity* on tax aggressiveness. The population of this study was the manufacturing sector companies listed on IDX period 2017 until 2019. The sample of study used was 98 companies of the manufacturing sector which were selected based on purposive sampling method. The study method used was quantitative method, using panel data regression analysis. The results of this study were profitability had a positive impact on tax aggressiveness, *capital intensity* had a negative impact on tax aggressiveness, while *transfer pricing* advertising expenses, and *gender diversity* had no impact on tax aggressiveness.

Keywords: Tax Aggressiveness, Advertising Expenses, *Capital Intensity*, Profitability, *Transfer Pricing*

1. Pendahuluan

Sistem pemungutan pajak yang menggunakan *self-assessment system* di Indonesia termasuk rentan menimbulkan penyelewengan. Salah satu perbuatan penyelewengan adalah sering terjadinya praktik agresivitas pajak, yaitu upaya yang perusahaan perbuat untuk memperkecil beban pajaknya, baik memakai cara legal menggunakan *tax avoidance* maupun cara ilegal memakai *tax evasion*.

Tindakan pajak yang agresif tidak hanya akibat dari tidak patuhnya wajib pajak atas peraturan perpajakan, akan tetapi juga akibat dari kebiasaan penghematan yang

tidak menabrak peraturan, sehingga agresivitas pajak disebut juga sebagai *tax sheltering* ataupun *tax avoidance* [Harnovinsah & Mubarakah, 2016].

Perusahaan yang masuk dalam klasifikasi industri manufaktur yang telah *go public* di Indonesia sangatlah banyak. Perusahaan manufaktur juga disebut-sebut sebagai salah satu penopang paling besar dalam penerimaan pajak. Namun, Menteri Keuangan, Sri Mulyani, dilansir dari laman <https://news.ddtc.co.id/> menyampaikan bahwa penerimaan pajak dari sektor manufaktur sampai akhir Desember 2019 adalah sejumlah Rp 365,39 triliun. Jumlah pencapaian tersebut menurun sebesar 1,8% serta berselisih jauh dengan capaian tahun sebelumnya yang tumbuh sebesar 10,9%. Kurangnya penerimaan pajak dari sektor terbanyak di Bursa Efek ini tentunya menjadi permasalahan tersendiri bagi target pencapaian pajak di Indonesia.

Salah satu faktor yang berpotensi menyebabkan tindakan penghindaran pajak agresif adalah *transfer pricing*. *Transfer Pricing* bisa diukur dengan mengamati ada atau tidaknya penjualan kepada pihak terkait. *Transfer Pricing* yaitu penjualan antar pihak berelasi. Harga yang ditentukan dari penjualan ke pihak berelasi seringkali menggunakan harga yang tidak wajar dalam artian harga dapat dinaikkan atau diturunkan [Nugroho, *et al*, 2018].

Faktor selanjutnya yang berpotensi menyebabkan agresivitas pajak yaitu profitabilitas. Chen, *et al* [2010] mengungkapkan bahwa makin baik perusahaan dalam menghasilkan laba, maka perusahaan semakin bermotivasi melakukan *tax planning*. Perusahaan akan cenderung agresif atas kewajiban perpajakannya seiring semakin baik profit perusahaan.

Faktor berikutnya yang berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak adalah *capital intensity*. *Capital intensity* adalah investasi yang dilakukan perusahaan yang berbentuk aset tetap [Andhari & Sukartha, 2017]. Kepemilikan aset tetap tentu akan menimbulkan unsur beban penyusutan, yang dalam aspek perpajakan dapat dimanfaatkan untuk memperkecil laba sebelum pajak [Syamsuddin & Suryarini, 2019].

Faktor berikutnya yang berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak adalah beban iklan. PMK Nomor 2/PKM.03/2010 menjelaskan bahwa beban promosi atau beban iklan berhubungan dengan beban yang perusahaan keluarkan untuk membiayai iklan dalam rangka mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat atau publik. Jumlah

beban iklan yang perusahaan keluarkan bisa dipergunakan untuk mengurangi laba fiskal.

Faktor lainnya yang dapat memicu agresivitas pajak adalah *gender diversity*. Gul, *et al* [2011] mengungkapkan jika keberadaan wanita di jajaran direksi bisa meningkatkan kualitas *decisions making* serta wanita juga dianggap mempunyai standar etika dan moral yang lebih tinggi. Apabila dikaitkan dengan praktik agresivitas pajak, eksistensi wanita dalam jajaran direksi dianggap bisa memperkecil secara signifikan praktik pajak agresif yang dilakukan perusahaan.

Penelitian ini ditujukan untuk menguji dampak *transfer pricing*, profitabilitas, *capital intensity*, beban iklan, serta *gender diversity* pada agresivitas pajak di perusahaan sektor manufaktur tahun 2017-2019. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu komposisi variabel independen yang digunakan, serta periode penelitian.

Hipotesis

1) *Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak*

Transfer pricing berdasarkan PER-32/PJ/2011 pasal 1 ayat 8 adalah proses penentuan harga transfer di antara pihak yang memiliki hubungan istimewa. Modus penentuan harga transfer dikerjakan dengan tujuan menghindari pajak yaitu dengan mengatur harga transaksi yang dibiayakan antara perusahaan-perusahaan berelasi untuk memperkecil total beban pajak *grup* perusahaan.

Penelitian yang diselesaikan oleh Amidu, *et al*, [2019] menghasilkan kesimpulan bahwa *transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak. Hasil yang sama juga diperoleh oleh penelitian Suntari & Mulyani [2020] yang mengemukakan bahwa *transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak. Penelitian yang diselesaikan oleh Putri & Mulyani [2020] serta Nurrahmi & Rahayu [2020] juga memperoleh kesimpulan bahwa *transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak.

H₁: *Transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak.

2) Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas dianggap sebagai indikator penting yang diharapkan dapat mempengaruhi tarif pajak efektif secara khusus, di mana tingkat profitabilitas berawal dari pendapatan sebelum pajak. Perusahaan yang *profitable* akan memiliki pendapatan yang lebih tinggi, dan tentunya akan membayar lebih banyak pajak [Yahaya & Yusuf, 2020].

Penelitian Surya & Noerlaela [2016] memperoleh hasil bahwa profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak. Penelitian Devi & Dewi [2019] juga memperoleh hasil bahwa profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak. Penelitian Yauris & Agoes [2019] serta Ayem & Setyadi [2019] juga menghasilkan kesimpulan bahwa profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak.

H₂: Profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak.

3) Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak

Aset tetap yaitu aset berwujud yang perusahaan miliki untuk membantu aktivitas produksi atau penyedia produk, untuk disewakan pada pihak lain, atau untuk kegiatan administrasi perusahaan. Aset tetap dimanfaatkan selama lebih dari satu periode [Andhari & Sukartha, 2017]. Kepemilikan aset tetap tentunya diiringi dengan timbulnya beban depresiasi, yang di dalam aspek perpajakan beban itu dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan [Syamsuddin & Suryarini, 2019].

Penelitian Putra, *et al* [2018] memperoleh hasil *capital intensity* berdampak positif pada agresivitas pajak. Penelitian Pratiwi, *et al.* [2020] juga memperoleh hasil bahwa *capital intensity* berdampak positif pada agresivitas pajak. Hasil yang sama juga diperoleh oleh Muzakki & Darsono [2015] serta Andhari & Sukartha [2017] yang menyimpulkan bahwa *capital intensity* berdampak positif pada agresivitas pajak.

H₃: Capital intensity berdampak positif pada agresivitas pajak.

4) Beban Iklan Terhadap Agresivitas Pajak

Semakin sering perusahaan memperkenalkan produk usahanya, semakin tinggi pula biaya perusahaan keluarkan. Biaya yang timbul dari beban iklan yang tinggi pada perusahaan jelas saja akan mengurangi laba dan tentunya akan mengurangi pajak perusahaan harus bayar [Romadhina, 2019].

Penelitian yang dilakukan oleh Romadhina [2019] memperoleh hasil bahwa agresivitas pajak perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh beban iklan. Beban iklan dalam penelitian tersebut berdampak positif pada agresivitas pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Ramadani [2020] juga memperoleh hasil bahwa beban iklan dalam penelitian tersebut berdampak positif pada agresivitas pajak. Hasil serupa juga diperoleh Fatmawati & Solikin [2017] serta Sugitha & Supadmi [2016] yaitu beban iklan berdampak positif pada agresivitas pajak.

H4: Beban iklan berdampak positif pada agresivitas pajak.

5) *Gender Diversity Terhadap Agresivitas Pajak*

Keragaman jenis kelamin di perusahaan bisa memberikan banyak manfaat sebagai tambahan pengetahuan, ide-ide baru serta wawasan untuk menunjang penyelesaian masalah, memaksimalkan strategis bisnis, serta memperoleh pengetahuan baru [Arfken, *et al.*, 2004]. *Gender diversity* bisa diukur dengan memakai proporsi dewan perempuan dalam keseluruhan dewan [Boussaidi & Hamed, 2015]. Apabila dikoneksikan dengan praktik penghindaran pajak, keberadaan wanita di jajaran direksi bisa memperkecil secara drastis praktik penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan [Gul, *et al.* 2011].

H5: *Gender diversity* berdampak negatif pada agresivitas pajak.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kausal. Metode analisis data yang dipergunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis yang dilakukan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi data panel menggunakan *software* EViews versi 10. Penelitian ini mengambil populasi berupa perusahaan sektor manufaktur yang *listing* di BEI periode 2017-2019. Jumlah sampel yang didapatkan yaitu 98 perusahaan yang memenuhi kriteria.

Berikut ini merupakan persamaan regresi yang terbentuk:

$$Y = a + b_1TP + b_2ROA + b_3CI + b_4ADV + b_5GD$$

Y = Agresivitas pajak

a = Koefisien konstanta

b = Koefisien regresi setiap variabel

TP = *Transfer pricing*

ROA = *Return on Assets*

CI = *Capital Intensity*

Adv = *Beban iklan*

GD = *Gender diversity*

e = *Koefisien error*

3. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	TP	ROA	CI	Adv	TA	GD
Mean	0.274981	0.043408	0.416981	0.073594	-0.010309	0.157902
Maximum	1.000000	0.920997	0.901820	0.499444	0.249735	0.500000
Minimum	3.25E-05	-0.401425	0.049609	1.60E-06	-0.431055	0.000000
Std. Dev.	0.304007	0.112092	0.185443	0.080734	0.056649	0.186983

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 1 memperlihatkan bahwa variabel *transfer pricing* (TP) menghasilkan rata-rata sebesar 0,275 atau 27,50%. Hasil ini berarti secara rata-rata, piutang milik perusahaan manufaktur sebesar 27,50% terdiri dari piutang afiliasi. Variabel profitabilitas yang diwakili *return on assets* mendapatkan rata-rata sebesar 0,0434 atau 4,34%. Hasil ini berarti secara rata-rata tingkat profitabilitas perusahaan manufaktur yaitu sebesar 4,34%.

Variabel *capital intensity* (CI) menghasilkan rata-rata sebesar 0,417 Hasil tersebut memberikan pemahaman bahwa secara rata-rata, 41,70% aset perusahaan sektor manufaktur merupakan aset tetap. Variabel beban iklan (Adv) menghasilkan nilai rata-rata sebesar 0,0736. Hasil ini menggambarkan bahwa secara rata-rata, perusahaan menganggarkan 7,36% dari penjualannya untuk beban iklan.

Variabel agresivitas pajak (TA) menghasilkan nilai rata-rata sebesar -0,0103. Hasil ini memperlihatkan bahwa secara rata-rata, selisih laba fiskal dan laba sebelum pajak perusahaan manufaktur yaitu sebesar 1,03%. Variabel *gender diversity* (GD) menghasilkan rata-rata sebesar 0,1579. Hasil tersebut memberikan indikasi bahwa secara rata-rata, perusahaan manufaktur memiliki 15,79% Dewan Direksi perempuan dari seluruh Dewan Direksinya.

b. Hasil Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Tabel 2 Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section Chi-square	137.968112	97	0.0040

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 2 memperoleh hasil bahwa uji *chow* memperoleh nilai signifikansi dengan angka 0,0040 atau $< 0,05$. Hasil ini berarti bahwa model *fixed effect model* dianggap sebagai model yang lebih baik.

Tabel 3 Hasil Uji *Hausman*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	32.810950	5	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

Tabel 3 memperoleh hasil bahwa uji *hausman* memiliki nilai signifikansi cross-sebesar 0,0000 atau $< 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan model regresi yang lebih baik tetaplah *fixed effect model*. Berdasarkan 2 (dua) pengujian yang sudah dilakukan, *fixed effect model* tetaplah model terbaik tanpa perlu adanya pengujian lebih lanjut menggunakan *lagrange multiplier*.

c. Uji Analisis Regresi Data Panel

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Data Panel

Uji F		Uji Koefisien Determinasi	
F-statistic	1.720485	R-squared	0.478839
Prob(F-statistic)	0.000664	Adjusted R-squared	0.200523
Uji t			
C	0.099598	2.047570	0.0420
TP	-0.032170	-1.098963	0.2732
ROA	0.422891	7.993883	0.0000
CI	-0.235096	-2.210012	0.0283
Adv	-0.291974	-1.131176	0.2594
GD	0.000639	0.014483	0.9885

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2021)

1) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4 memperoleh hasil bahwa nilai F statistik yang didapatkan adalah sebesar 1,720 dengan probabilitas senilai 0,000664 atau $< 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa secara simultan, *transfer pricing*, profitabilitas, *capital intensity*, beban iklan, dan *gender diversity* berdampak pada agresivitas pajak.

2) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 memperlihatkan bahwa bahwa nilai *R-squared* yang didapatkan yaitu senilai 0,4788 atau 47,88%. Hasil ini menjelaskan bahwa agresivitas pajak sebesar 47,88% mampu dijelaskan oleh variabel *transfer pricing*, profitabilitas, *capital intensity*, beban iklan, dan *gender diversity*. Kemudian, 52,12% selisihnya artinya terdapat variabel-variabel lain yang mampu menjelaskan agresivitas pajak yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

3) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

a) *Transfer Pricing* Terhadap Agresivitas Pajak

Transfer pricing memiliki nilai koefisien sebesar -0,032. Hasil uji t memperlihatkan bahwa *transfer pricing* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,2732 atau $> 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa *transfer pricing* tidak berdampak pada agresivitas pajak, atau **H₁ ditolak**.

Tidak berpengaruhnya *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak bisa disebabkan karena pembatasan data, di mana penelitian ini menggunakan piutang pihak berelasi untuk mengukur proporsi transaksi *transfer pricing*. Namun, piutang pihak berelasi tersebut hanyalah saldo akhir pada tahun-tahun pengamatan, sehingga tidak mencerminkan transaksi *transfer pricing* secara keseluruhan.

Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Amidu, *et al* [2019], Putri & Mulyani [2020], Suntari & Mulyani [2020], juga Nurrahmi & Rahayu [2020] yang mengemukakan bahwa *transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak.

b) Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas yang menggunakan *return on assets* (ROA) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,423. Hasil uji t memperlihatkan bahwa ROA memiliki nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$. Hasil tersebut berarti bahwa profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak, atau **H₂ diterima**.

Profitabilitas yaitu rasio yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Perusahaan dengan laba besar tentunya akan menanggung pajak dengan lebih besar pula, hal ini memicu perusahaan melakukan agresivitas pajak supaya beban pajak yang ditanggungnya dapat diperkecil seminimal mungkin. Perusahaan yang *profitable* akan mencari celah mengenai bagaimana caranya agar pajak yang ditanggung menjadi lebih rendah dari yang semestinya.

Penelitian ini mendukung penelitian Surya & Noerlaela [2016], Yauris & Agoes [2019], Devi & Dewi [2019], serta Ayem & Setyadi [2019] yang mengemukakan bahwa profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak.

c) Pengaruh Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak

Capital intensity memiliki nilai koefisien sebesar -0,235. Hasil uji t menjelaskan bahwa CI memperoleh nilai signifikansi 0,0283 atau $< 0,05$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa *capital intensity* berdampak negatif pada agresivitas pajak, namun **H₃ ditolak** karena hipotesis yang terbentuk adalah *capital intensity* berdampak positif pada agresivitas pajak.

Berpengaruh negatifnya *capital intensity* pada agresivitas pajak juga dapat disebabkan karena selama periode pengamatan, tidak semua perusahaan melakukan investasi besar-besaran atas aset tetap. Sebaliknya, terdapat perusahaan yang melepas asetnya baik dengan cara dijual, didisposal, atau karena masa manfaat yang sudah tidak tersisa.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian Putra, *et al* [2018], Muzakki & Darsono [2015], Pratiwi, *et al* [2020], juga Adhari & Sukartha [2017] yang mengungkapkan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

d) Pengaruh Beban Iklan Terhadap Agresivitas Pajak

Beban iklan menghasilkan nilai koefisien sebesar -0,292. Hasil uji t menjelaskan bahwa beban iklan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,2594 atau $> 0,05$. Hasil itu berarti bahwa beban iklan tidak berdampak pada agresivitas pajak, atau **H₄ ditolak**.

Beban iklan tidak mempengaruhi agresivitas pajak karena perusahaan manufaktur menggunakan banyak uangnya untuk mengiklankan produknya bukanlah untuk mengurangi laba kena pajaknya, namun murni untuk promosi sehingga masyarakat tertarik membeli produk perusahaan.

Hasil penelitian tidak selaras dengan penelitian Sugitha & Supadmi [2016], Wijaya & Ramadani [2020], Romadhina [2019], juga Fatmawati & Solikin [2017] yang menyimpulkan bahwa beban iklan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

e) Pengaruh Gender Diversity Terhadap Agresivitas Pajak

Gender diversity menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,001. Hasil uji t memperlihatkan bahwa *gender diversity* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,9885 atau $> 0,05$. Hasil itu berarti bahwa *gender diversity* tidak berdampak signifikan pada agresivitas pajak, atau **H₅ ditolak**.

Kepemimpinan wanita jika dihubungkan dengan teori feminisme adalah keberadaan peran wanita sebagai pemimpin akan dihargai dan disetarakan dengan pria, yang disertai perkembangan atau pergeseran persepsi mengenai sosok wanita yang tidak lagi dianggap sebagai sosok yang lemah dan selalu berada di garis belakang. Gaya kepemimpinan wanita yang komprehensif dan disertai nilai-nilai positif lainnya membuat wanita cocok berada di posisi puncak. Wanita sangat mampu menjadi *leader* jika ditempa dengan cara yang berbeda dan tidak selalu melihat mereka sebagai wanita, melainkan melihatnya sebagai bagian penting dari sesama manusia [Fitriani, 2015].

Tidak berpengaruhnya *gender diversity* berarti bahwa penghindaran pajak tidak disebabkan oleh semata-mata *gender* Direksi perusahaan. Karena Direksi perempuan bisa saja memiliki karakter maskulin, sebaliknya Direksi laki-laki juga bisa saja memiliki karakter feminim.

4. Kesimpulan

Profitabilitas berdampak positif pada agresivitas pajak, *capital intensity* berdampak negatif pada agresivitas pajak, sedangkan *transfer pricing*, beban iklan dan *gender diversity* tidak berdampak signifikan pada agresivitas pajak. Faktor yang terbukti mempengaruhi agresivitas pajak dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan *capital intensity*, yang berarti bahwa perusahaan yang memiliki profit yang baik tidak ingin membayar pajak sesuai profit yang didapatkannya. Kemudian, perusahaan juga seringkali memanfaatkan koreksi fiskal atas beban penyusutan aset tetap untuk mengurangi pajak terutang.

Transaksi *Transfer Pricing* perlu untuk lebih diawasi atau ditelaah lebih mendalam, karena walaupun dalam penelitian ini *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi agresivitas pajak, namun nyatanya masih banyak berita yang mempublikasikan praktik *transfer pricing* untuk tujuan penghindaran pajak. *Transfer pricing* juga dapat berupa transaksi jual beli aset antar perusahaan afiliasi, juga transaksi biaya promosi atau iklan. Maka, setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebenarnya memiliki hubungan dan dapat dipertimbangkan untuk menilai apakah perusahaan melakukan praktik pajak yang agresif atau tidak.

Referensi

- Amidu M, Coffie W, Acquah P. 2019. Transfer pricing, earnings management and tax avoidance of firms in Ghana. *J. Financ. Crime* 26.
- Andhari P, Sukartha I. 2017. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, profitabilitas, inventory intensity, capital intensity dan leverage pada agresivitas pajak. *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana* 18: 2115–2142.
- Arfken DE, Bellar SL, Helms MM. 2004. The ultimate glass ceiling revisited: The presence of women on corporate boards. *J. Bus. Ethics* 50: 177–186.
- Ayem S, Setyadi A. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komite Audit Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *J. Akunt. Pajak Dewantara* 1: 228–241.
- Boussaidi A, Hamed MS. 2015. The impact of governance mechanisms on tax aggressiveness: empirical evidence from Tunisian context. *J. Asian Bus. Strateg.* 5: 1–12.
- Chen S, Chen X, Shevlin T, Chen S, Chen X, Shevlin T. 2010. Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *J. financ. econ.* 95: 41–61.
- Devi D, Dewi L. 2019. Pengaruh Profitabilitas pada Agresivitas Pajak dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akunt.* 27: 792–821.
- Fatmawati O, Solikin A. 2017. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Beban Iklan

- Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur. Substansi Sumber Artik. Akunt. Audit. dan Keuang. Vokasi 1: 123–141.
- Fitriani A. 2015. Gaya Kepemimpinan Perempuan. J. TAPIS 11: 1–24.
- Gul AF, Srinidhi B, Ng AC. 2011. Does board gender diversity improve the informativeness of stock prices? J. Account. Econ. 51: 314–338.
- Harnovinsah, Mubarakah S. 2016. Dampak Tax Accounting Choices Terhadap Tax Aggressive. J. Akunt. 20: 267–284.
- Muzakki MR, Darsono. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. Diponegoro J. Account. 4: 445–452.
- Nugroho L, Wicaksono BR, Utami W. 2018. Analysis of Taxes Payment, Audit Quality and Firm Size to The Transfer Pricing Policy in Manufacturing Firm in Indonesia Stock Exchange. Int. J. Bus. Soc. 2: 83–93.
- Nurrahmi AD, Rahayu S. 2020. Pengaruh Strategi Bisnis, Transfer Pricing, dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. JAE (Jurnal Akunt. Ekon.) 5: 48–57.
- Pratiwi TM, Wijayanti A, Fajri RN. 2020. Tax Avoidance Ditinjau Dari Capital Intensity, Leverage, Beban Iklan dan Kompensasi Eksekutif. Ekon. J. Econ. Bus. 4: 164.
- Putra P, Syah D, Sriwedari. 2018. Tax Avoidance: Evidence of As a proof of Agency Theory and Tax Planning. Int. J. Res. Rev. 5: 52–60.
- Putri N, Mulyani S. 2020. Pengaruh Transfer Pricing dan Kepemilikan Asing Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. In: Prosiding Seminar Nasional Pakar., p 2–4.
- Romadhina AP. 2019. Pengaruh Beban Iklan Dan Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak. J. Econ. Manag. Sci. 2: 1–13.
- Setiawan D. 2020. Ini Realisasi Pajak 2019 per Sektor Usaha, Manufaktur Terkontraksi.
- Sugitha IMY., Supadmi N. 2016. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Beban Iklan pada Tindakan Penghindaran Pajak. E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana 17: 1311–1341.
- Suntari M, Mulyani SD. 2020. Pengaruh Transfer Pricing dan Thin Capitalization Terhadap Tax Aggressiveness dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan. In: Prosiding Seminar Nasional Pakar., p 2–7.
- Surya S, Noerlaela S. 2016. Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013). J. Sains Manaj. dan Akunt. VIII: 52–77.
- Syamsuddin M, Suryarini T. 2019. Pengaruh Intensitas Modal, Intensitas Persediaan, Komisaris Independen Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap ETR. Din. Akunt. Keuang. dan Perbank. 8.
- Wijaya I, Ramadani S. 2020. Dampak Karakteristik Perusahaan, Corporate Governance, dan Beban Iklan Terhadap Tax Avoidance. Monex J. Res. Account. Politek. Tegal 9: 135–145.
- Yahaya KA, Yusuf K. 2020. Impact of Company Characteristics on Aggressive Tax Avoidance in Nigerian Listed Insurance Companies. J. Adm. Bisnis 9: 101–111.
- Yauris AP, Agoes S. 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. J. MultiParadigma Akunt. I: 979–987.