



---

## PENGARUH SALES GROWTH, CAPITAL INTENSITY DAN KEBIJAKAN UTANG TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

**Adila Ariani**

*adila.ariani16@gmail.com*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

**Syamsul Asmedi**

*asmedie2017@gmail.com*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Alamat: Jl. Surya Kencana No.1 Pamulang

*Korespondensi penulis: adila.ariani16@gmail.com*

**Abstract.** *This study aims to analyze the effect of Sales Growth, Capital Intensity, and Debt Policy on tax aggressiveness (an empirical study on Consumer Non-Cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019-2023). This quantitative research utilizes secondary data obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the form of annual financial reports. The sampling method used in this study is purposive sampling, resulting in a sample of 35 companies from a total of 129 Consumer Non-Cyclicals sector companies over five years, yielding 175 data samples. The analysis employed is Panel Data Regression Analysis using EViews 12. The results indicate that, simultaneously, sales growth, capital intensity, and debt policy have an effect on tax aggressiveness. Partially, each of the three independent variables tested—Sales Growth, Capital Intensity, and Debt Policy—has an effect on Tax Aggressiveness.*

**Keywords:** *Sales Growth, Capital Intensity, Debt Policy, Tax Aggressiveness.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sales Growth, Capital Intensity*, dan Kebijakan Utang terhadap agresivitas pajak (studi empiris pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi *Indonesia Stock Exchange (IDX)* berupa laporan keuangan tahunan. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana dari 129 perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* diperoleh sampel sebanyak 35 perusahaan selama 5 tahun, sehingga diperoleh sebanyak 175 sampel data. Analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Data Panel dengan menggunakan *eviews 12*. Hasil yang diperoleh menunjukkan secara simultan *sales growth, capital intensity*, dan kebijakan utang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Secara parsial, ketiga variabel independen yang diuji, yaitu *Sales Growth, Capital Intensity* dan Kebijakan Utang berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

**Kata Kunci :** *Sales Growth, Capital intensity, Kebijakan utang, Agresivitas Pajak.*

### PENDAHULUAN

Pajak adalah iuran wajib yang dibayarkan oleh masyarakat kepada negara untuk memenuhi berbagai keperluan dan kepentingan negara, seperti menyediakan fasilitas umum, infrastruktur, dan lainnya (Nordiansyah et al., 2022). Karena pajak dianggap sebagai beban dan biaya, perusahaan perlu melakukan usaha dan strategi untuk meminimalkan jumlah pajak terutang. Salah satu strategi yang dilakukan adalah agresivitas pajak, yaitu kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan dengan merekayasa pendapatan kena pajak melalui perencanaan baik secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*) (Amalia, 2021). Salah satu ukuran agresivitas pajak adalah ETR (*Effective Tax Rate*). Semakin rendah nilai ETR, semakin tinggi indikasi bahwa

perusahaan melakukan agresivitas pajak (Handayani, 2019). Fenomena agresivitas pajak banyak terjadi di Indonesia, termasuk pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Salah satu kasus yang mencerminkan hal tersebut adalah PT Unilever Indonesia Tbk, perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produk kebutuhan rumah tangga dan perawatan pribadi. Meskipun mengalami peningkatan penjualan selama periode 2019 hingga 2022, laba bersih perusahaan justru menurun dari Rp7,39 triliun menjadi Rp5,36 triliun. Penurunan ini disebabkan oleh meningkatnya beban pemasaran sebesar Rp500 miliar serta peningkatan liabilitas dari Rp15,3 triliun menjadi Rp15,5 triliun. Dalam kondisi tersebut, Unilever diduga melakukan praktik agresivitas pajak dengan memanfaatkan struktur utang yang besar untuk membebaskan biaya bunga yang tinggi, sehingga dapat menurunkan laba kena pajak. Praktik ini merupakan salah satu bentuk *tax avoidance* yang dilakukan secara legal dengan memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan, yaitu dengan menambah beban yang bersifat *deductible* agar kewajiban pajak menjadi lebih kecil. Faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak antara lain *sales growth*, *capital intensity*, dan kebijakan utang. Apriyadi dan Syahputra (2024) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Rosadani dan Wulandari (2023) menyatakan bahwa *capital intensity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Azzahra (2023) menyatakan bahwa kebijakan utang berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Namun, penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Sales Growth*, *Capital Intensity* dan Kebijakan Utang Terhadap Agresivitas Pajak”.

## **KAJIAN TEORI**

### ***Theory Agency***

Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik (prinsipal) dan manajemen (agen), di mana konflik kepentingan dapat terjadi karena perbedaan tujuan antara keduanya (Jensen & Meckling, 1976; Trinoviyanti & Annisa, 2024). Dalam konteks agresivitas pajak, manajemen sebagai agen memiliki insentif untuk memaksimalkan laba guna meningkatkan kompensasi, sementara pemilik menginginkan efisiensi pajak dan laba yang wajar. Pertumbuhan penjualan dapat memicu manajer bertindak agresif terhadap pajak karena peningkatan penjualan menaikkan laba dan pajak terutang. *Capital intensity* berkaitan dengan investasi pada aset tetap yang menghasilkan beban depresiasi, yang dapat dimanfaatkan manajer untuk menekan laba kena pajak. Kebijakan utang memberikan ruang bagi agen untuk meningkatkan beban bunga yang mengurangi penghasilan kena pajak. Oleh karena itu, teori agensi digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan bagaimana konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik mendorong agresivitas pajak melalui interaksi ketiga variabel tersebut.

### **Agresivitas Pajak**

Agresivitas pajak merupakan suatu bentuk perencanaan penghindaran pajak yang bertujuan untuk menurunkan atau menghilangkan beban pajak perusahaan melalui penerapan kebijakan yang masih berada dalam koridor hukum (Nugroho & Rosidy, 2019). Tindakan ini dilakukan sebagai strategi efisiensi dengan memanfaatkan celah-celah dalam ketentuan perpajakan tanpa melanggar peraturan (Romadhina, 2020). Agresivitas pajak merupakan upaya untuk meminimalkan penghasilan kena pajak melalui perencanaan pajak baik dengan cara legal (*Tax Avoidance*) maupun illegal (*tax evasion*) (Rusli, 2021). *Tax avoidance* biasanya didefinisikan sebagai strategi transaksi yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan *loophole* atau kelemahan ketentuan pajak, sedangkan *tax evasion* merupakan skema melanggar hukum (Darussalam & Septriadi, 2022). Pada teori agensi, agresivitas pajak terjadi karena perbedaan kepentingan antara agen dan principal. Manajemen (agen) melakukan agresivitas pajak untuk membangun reputasi dan mencapai laba maksimal, sedangkan pemilik (principal) menghindari praktik ini karena berisiko tinggi dan dianggap manipulasi laporan keuangan (Putro et al., 2022). Dalam penelitian ini Agresivitas Pajak diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

### **Sales Growth**

*Sales Growth* atau pertumbuhan penjualan didefinisikan sebagai peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode berikutnya (Manggale dan Widyawati, 2021). *Sales growth* ialah rasio yang berguna untuk mengevaluasi pertumbuhan penjualan dari satu periode menuju periode seterusnya (Nadya & Purnamasari, 2020). *Sales growth* tinggi menunjukkan volume penjualan besar sehingga memberikan peluang memperoleh laba besar, yang menyebabkan beban pajak tinggi dan memicu perusahaan meminimalkan pajak. Berdasarkan teori agensi, semakin tinggi *sales growth*, manajemen (agen) terdorong melakukan agresivitas pajak untuk mempertahankan laba dan meningkatkan kompensasi, meskipun tidak sejalan dengan keinginan pemilik (prinsipal) untuk efisiensi pajak. Dalam penelitian ini, *sales growth* diukur dengan rasio yang membandingkan selisih antara penjualan tahun ini dan penjualan tahun sebelumnya, kemudian dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya.

$$SG = \frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}{\text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}$$

### **Capital Intensity**

*Capital Intensity* merupakan gambaran kekayaan perusahaan dalam bentuk aset tetap seperti bangunan, pabrik, peralatan, mesin, dan properti untuk menghasilkan laba

(Adiputri dkk, 2021). *Capital intensity* juga dapat didefinisikan mengenai bagaimana perusahaan berkorban mengeluarkan dana untuk aktivitas operasi dan pendanaan aktiva dengan tujuan memperoleh keuntungan. Malik, A., dkk (2022) menjelaskan bahwa *capital intensity* sebagai aktivitas investasi perusahaan pada aktiva tetap dan persediaan, dan menunjukkan efisiensi penggunaan aktiva untuk menghasilkan penjualan. Intensitas modal merupakan faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Semakin besar nilai investasi aset tetap, semakin besar pula beban depresiasi yang akan mengurangi laba kena pajak (Baiq Fitri Arianti, 2021; Dwiyantri & Jati, 2019). Berdasarkan teori agensi, manajer dapat memanfaatkan besarnya investasi dalam aset tetap untuk mengurangi laba melalui penyusutan, demi menekan pajak dan memaksimalkan kepentingannya, meskipun tidak selalu sejalan dengan pemilik perusahaan. *Capital Intensity* dapat diukur menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$\text{CAPAINT} = \frac{\text{Total Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

### **Kebijakan Utang**

Menurut Ajizah & Perdinusa (2022), kebijakan utang adalah strategi yang diambil oleh perusahaan untuk membiayai operasionalnya dengan menggunakan utang. Perusahaan yang dibiayai oleh utang akan menanggung beban bunga yang dapat mengurangi laba dan digunakan untuk melakukan agresivitas pajak (Utami, M. P., dkk, 2021). Firmansyah et al. (2020) menyatakan bahwa kebijakan utang merupakan kebijakan pendanaan perusahaan dari eksternal terkait struktur modal, dan lebih banyak digunakan dibanding menerbitkan saham baru. Utang juga dapat menurunkan biaya pajak karena beban bunga berfungsi sebagai *deductible expense*. Berdasarkan teori agensi, manajer dapat memilih struktur pembiayaan dengan utang yang lebih besar untuk menekan pajak dan meningkatkan laba bersih yang tampak, meskipun hal ini dapat menimbulkan risiko bagi pemilik. Menurut Azzahra (2023), kebijakan utang diprosikan menggunakan *Debt To Equity Ratio* (DER). Rasio ini diukur dengan membagi total liabilitas dengan total ekuitas perusahaan. DER merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi antara utang dan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan.

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan merupakan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019:17), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis

data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti laporan keuangan, publikasi resmi, atau data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan selain penelitian ini (Sugiyono, 2019:137). Data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan pada periode 2019-2023 yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang waktu 2019–2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sugiyono (2019:133) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yang memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang paling sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria penentuan sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2023, (2) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah, (3) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mengalami keuntungan selama tahun 2019-2023, serta (4) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mempunyai kelengkapan yang dibutuhkan dalam variabel penelitian

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan aplikasi *Eviews 12*, diawali dengan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), pemilihan model regresi (uji Chow, Hausman, dan *Lagrange Multiplier*), serta uji hipotesis meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

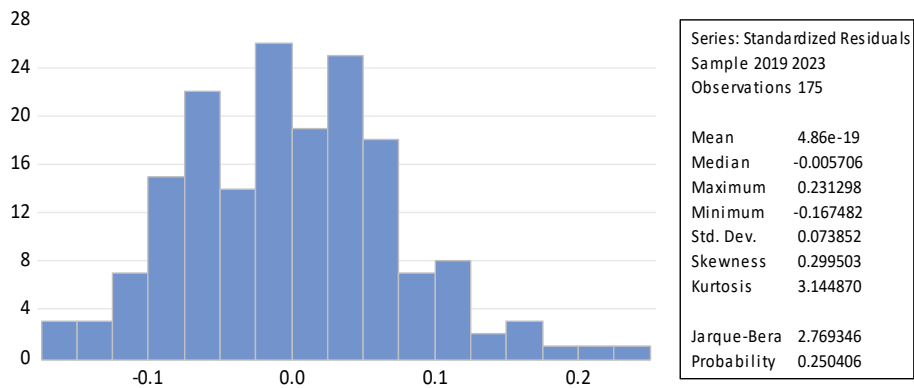
Sektor *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia mencakup perusahaan yang menyediakan barang dan jasa primer yang selalu dibutuhkan konsumen, terlepas dari kondisi ekonomi (Apriyanto & Purwatiningsih, 2024). Menurut Nugroho & Munari (2021), produk dari sektor ini bersifat anti-siklis, sehingga permintaannya cenderung stabil bahkan saat krisis. Perusahaan di sektor ini memiliki pangsa pasar besar dan menghadapi persaingan yang ketat, sehingga dituntut terus berinovasi agar tetap relevan. Jumlah populasi sebanyak 129 perusahaan yang berada di sektor *consumer non cyclicals* kemudian memperoleh sampel sebanyak 35 perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 hingga 2023, dengan terpenuhinya kriteria yang sudah ditetapkan, maka total sampel menjadi 175 sampel.

### Hasil Estimasi Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi panel dilakukan melalui Uji Chow dan Uji Hausman. Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM), karena lebih sesuai dibandingkan *Common Effect Model* (CEM). Selanjutnya, hasil Uji Hausman juga menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) lebih tepat dibandingkan *Random Effect Model* (REM). Karena kedua uji menunjukkan hasil yang sama, maka digunakan *Fixed Effect Model* (FEM) sebagai model regresi data panel dalam penelitian ini.

No	Uji Model Regresi Data Panel	Hasil Uji Model Regresi Data Panel	Model Terpilih
1	Uji Chow	0,0000	FEM
2	Uji Hausman	0,0001	FEM
	Model Terpilih		FEM

### Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil dari uji normalitas dengan nilai *probability* dari *Jarque-Bera* yaitu 2.769346 dengan nilai probabilitasnya 0.250406 lebih besar dari taraf signifikan 0.05, yang artinya berdistribusi normal.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji Simultan F

R-squared	0.583062	Mean dependent var	0.243666
Adjusted R-squared	0.470458	S.D. dependent var	0.132859
S.E. of regression	0.096681	Akaike info criterion	-1.645312
Sum squared resid	1.280578	Schwarz criterion	-0.958101
Log likelihood	181.9648	Hannan-Quinn criter.	-1.366560
F-statistic	5.177996	Durbin-Watson stat	1.677132
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari hasil di atas, nilai Prob (F-statistic) adalah 0,000000 maka variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

**Uji t (Uji Regresi Parsial)**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.197897	0.065176	3.036343	0.0029
SG	-0.114526	0.048448	-2.363913	0.0195
CI	0.380485	0.189959	2.002986	0.0472
KU	-0.059619	0.018194	-3.276876	0.0013

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan *E-Views* versi 12.0 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Variabel *sales growth* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,0195 < 0,05$ , yang berarti *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. *Capital intensity* menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,0472 < 0,05$ , sehingga *capital intensity* juga berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sementara itu, kebijakan utang memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,0013 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa kebijakan utang berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

**Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

R-squared	0.583062	Mean dependent var	0.243666
Adjusted R-squared	0.470458	S.D. dependent var	0.132859
S.E. of regression	0.096681	Akaike info criterion	-1.645312
Sum squared resid	1.280578	Schwarz criterion	-0.958101
Log likelihood	181.9648	Hannan-Quinn criter.	-1.366560
F-statistic	5.177996	Durbin-Watson stat	1.677132
Prob(F-statistic)	0.000000		

Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,470458 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan sebesar 47,05% variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan cukup memadai, meskipun belum kuat, karena masih terdapat 52,95% variasi yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

**HASIL PEMBAHASAN ALASAN DARI PENELITIAN**

***Sales Growth* Berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.** Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* 2019–2023. Apabila penjualan meningkat maka kemungkinan besar laba akan meningkat, hal inilah yang memicu

manajemen perusahaan untuk mengambil perbuatan agresif terhadap pajak. Karena memperoleh laba yang besar dapat menimbulkan beban pajak yang besar juga.

**Capital Intensity Berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.** Variabel capital intensity berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi *capital intensity* suatu perusahaan akan memengaruhi agresivitas pajak, karena beban depresiasi aset tetap semakin meningkat dan menyebabkan laba perusahaan yang semakin menurun, sehingga berdampak pada pajak terutang perusahaan yang juga semakin menurun.

**Kebijakan Utang Berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.** Variabel kebijakan utang juga berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Keberadaan utang dapat mengendalikan penggunaan *free cash flow* secara berlebihan karena perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar pokok pinjaman dan beban bunga secara berkala. Namun, jika proporsi utang semakin besar, maka beban bunga yang harus dibayarkan perusahaan juga akan meningkat. Akibatnya, perusahaan akan berusaha untuk meminimalkan pajak melalui strategi agresif untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung.

## **KESIMPULAN**

Hasil evaluasi model dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi data panel menghasilkan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui variabel *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2) diketahui variabel *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) diketahui variabel kebijakan utang berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H4) diketahui variabel *sales growth*, *capital intensity* dan kebijakan utang berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak

## **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya mengeksplorasi variabel lain seperti kepemilikan institusional, beban pajak tanggungan, atau manajemen laba, serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif agar pemahaman terhadap strategi pajak lebih mendalam. Bagi akademisi, hasil ini dapat menjadi referensi tambahan dan kajian lebih lanjut di sektor berbeda perlu dilakukan agar relevan dengan kondisi terkini. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun kebijakan keuangan dan perpajakan, khususnya terkait pengelolaan *sales growth*, *capital intensity*, dan kebijakan utang, agar lebih bijak dalam mengelola risiko perpajakan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajjazah, E., & Perdinusa, B. O. (2022). *Pengaruh Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan*. The Asia Pacific Journal Of Management Studies, 9(3).
- Amalia, D. (2021). *Pengaruh likuiditas, leverage dan intensitas aset terhadap agresivitas pajak*. KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, 12(2), 232–240.
- Apriyadi, R., & Syahputra, A. (2024). *Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak*. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 4(2), 439–452.
- Azzahra, K. (2023). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Utang dan Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi, 9(1), 1–9.
- Darussalam, & Septriadi, D. (2022). *Transfer Pricing: Ide, Strategi, dan Panduan Praktis Dalam Pajak Internasional* (2nd ed.).
- Firmansyah, A., Setiawan, T. A., & Fathurahman, F. (2020). *Nilai perusahaan: kebijakan utang, good corporate governance, cash holding*. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 20(2), 237–254.
- Handayani, A. (2019). *Pengaruh Corporate Governance, Leverage, Dan Manajemen Laba Terhadap Agresivitas Pajak* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*.
- Malik, A., Pratiwi, A., & Umdiana, N. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance*. "LAWSUIT" Jurnal Perpajakan, 1(2), 92–108.
- Manggale, N., & Widyawati, D. (2021). *The Effect of Return On Equity, Leverage, Company Size, And Sales Growth On Company Value*. JIRA, 10(1).
- Nadya, B., & Purnamasari, D. (2020). *The Effect of Sales Growth and Leverage on Tax Avoidance*. JURNAL AKSI, 5(2).
- Nordiansyah, M., Meiditasari, C. N., Fatimah, F., Saprudin, S., & Juniar, A. (2022). *Peranan Intensitas Modal, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen dan Leverage Pada Agresivitas Pajak*. YUME: Journal of Management, 5(3), 310–319.
- Nugroho, I. A. G., & Munari. (2021). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Financial Performance Perusahaan Consumer Non-Cyclicals*. 14(1), 31–38.
- Nugroho, R., & Rosidy, D. (2019). *Pengaruh komisaris independen dan kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak*. Info Artha, 3(1), 55–65.
- Putro, G. M. H., Fajri, M. B., & Indira, I. (2022). *Tax Aggressiveness: Peran Moderasi CSR pada Perusahaan Manufaktur*. Moneter–Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 9(2), 180–189.
- Romadhina, A. P. (2020). *Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*. Journal of Applied Managerial Accounting, 4(2), 286–298.
- 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.
- Rusli, Y. M. (2021). *Agresivitas Perpajakan Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Negara Indonesia Dan Malaysia*. Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan, 5(2), 176–195.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trinoviyanti, T., & Annisa, M. L. (2024). *Analisis Pengaruh Intensitas Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak*. Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis, 7(1), 97–107.