

DETERMINAN AGRESIVITAS PAJAK: PERAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI PEMODERASI

Oleh:

¹Suci Juniartika, ²Junaidi

¹Politeknik Negeri Pontianak

Jl. Jenderal Ahmad Yani, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

²Politeknik Negeri Sambas

Jl. Sejangkung Desa, Sebayon, Kec. Sambas, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat 79463

e-mail: Suc.juniartika@polnep.ac.id¹, Junaidipakibong@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of business strategy, debt to asset ratio (DAR), and sales growth on tax aggressiveness in property and real estate sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2022–2024, with firm size as a moderating variable. The population comprises all property and real estate companies listed on the IDX, with a total sample of 54 companies selected using purposive sampling, resulting in 162 balanced panel observations. This study uses secondary data obtained from annual reports and financial statements accessed via idx.co.id. The data analysis method employs panel data regression using the Common Effect Model (CEM) selected based on the Chow test, Hausman test, and Lagrange Multiplier test. Tax aggressiveness is measured using the Effective Tax Rate (ETR). The results show that business strategy (PPEINT) has a significant positive effect on tax aggressiveness, while DAR and sales growth have no significant effect. Firm size as a moderating variable strengthens the effect of DAR on tax aggressiveness (M2 significant at $p=0.0179$), but does not significantly moderate the effect of business strategy (M1) and sales growth (M3) on tax aggressiveness. These findings suggest that internal company factors, particularly business strategy and capital structure moderated by firm size, play an important role in determining tax aggressiveness behavior in the property and real estate sector.

Keywords: Tax Aggressiveness, Business Strategy, Debt to Asset Ratio, Sales Growth, Firm Size

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis, debt to asset ratio (DAR), dan pertumbuhan penjualan (sales growth) terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di BEI, dengan sampel sebanyak 54 perusahaan yang dipilih menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh 162 observasi panel data seimbang. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan melalui idx.co.id. Metode analisis data menggunakan regresi data panel dengan model Common Effect Model (CEM) yang terpilih berdasarkan uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier. Agresivitas pajak diukur menggunakan Effective Tax Rate (ETR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis (PPEINT) berpengaruh signifikan

positif terhadap agresivitas pajak, sedangkan DAR dan sales growth tidak berpengaruh signifikan. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak (M2 signifikan pada $p=0,0179$), namun tidak secara signifikan memoderasi pengaruh strategi bisnis (M1) maupun sales growth (M3) terhadap agresivitas pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor internal perusahaan, khususnya strategi bisnis dan struktur modal yang dimoderasi ukuran perusahaan, berperan penting dalam menentukan perilaku agresivitas pajak di sektor properti dan real estate.

Kata Kunci: Agresivitas Pajak, Strategi Bisnis, Debt to Asset Ratio, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dunia bisnis saat ini, seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks, mendorong persaingan menjadi lebih ketat. Perusahaan dituntut untuk mempertahankan eksistensinya dengan terus menghasilkan laba setiap tahun agar terhindar dari kerugian. Namun, semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin besar pula kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, perusahaan berupaya menerapkan berbagai strategi untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah setiap tahunnya.

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang berfungsi sebagai alat pembiayaan pembangunan nasional. Namun dalam praktiknya, perusahaan sering melakukan berbagai strategi perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak. Salah satu bentuk dari perencanaan pajak tersebut adalah agresivitas pajak, yaitu tindakan yang dirancang untuk mengurangi penghasilan kena pajak melalui perencanaan pajak yang bersifat legal maupun ilegal (Frank et al., 2009). Fenomena agresivitas pajak telah menjadi perhatian serius karena dapat mengurangi penerimaan negara dan menimbulkan ketidakadilan dalam sistem perpajakan. Di sisi lain, dari perspektif perusahaan, minimisasi beban pajak merupakan strategi yang sah (legitimate) untuk memaksimalkan nilai pemegang saham (shareholder value). Dilema ini menciptakan kompleksitas dalam memahami determinan agresivitas pajak, yang mencerminkan upaya perusahaan meminimalkan kewajiban pajak melalui strategi tertentu yang, meskipun tidak selalu melanggar hukum, kerap dianggap sebagai penghindaran pajak yang agresif.

Penelitian Ulfa et al. (2024) menjelaskan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-11 dari 30 negara dalam tingkat penghindaran pajak dengan estimasi kerugian mencapai sekitar US\$ 6,48 miliar per tahun. Lebih lanjut, menurut laporan Tax Justice Network tahun 2022, kerugian akibat penghindaran pajak diperkirakan sebesar US\$ 4,86 miliar atau sekitar Rp 68,7 triliun per tahun, yang setara dengan 5,7 persen dari target penerimaan pajak nasional tahun 2020 sebesar Rp 1.198,82 triliun. Kondisi ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak merupakan permasalahan yang serius dan membutuhkan perhatian khusus, baik dari sisi regulator maupun akademisi.

Di Indonesia, sektor properti dan real estate merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam pembangunan infrastruktur, penyediaan hunian, serta pusat komersial dan industri. Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini, yang mencakup pengembang perumahan, pusat perbelanjaan, perkantoran, dan kawasan industri, memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, sektor properti menyumbang sekitar 16% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya, dengan efek pengganda (multiplier effect) terhadap lebih dari 185 subsektor industri lainnya, termasuk konstruksi, material bangunan, dan jasa keuangan.

Fenomena agresivitas pajak di sektor properti dan real estate tercermin dari nilai Effective Tax Rate (ETR) perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data penelitian menunjukkan bahwa rata-rata ETR perusahaan sektor properti periode 2022–2024 adalah sebesar 0,6450, dengan nilai minimum –4,0000 dan nilai maksimum 115,6768. Variasi yang sangat besar ini mengindikasikan adanya perbedaan perilaku perencanaan pajak yang signifikan antar perusahaan di sektor ini. Nilai ETR yang rendah bahkan negatif pada sebagian perusahaan menjadi indikasi kuat adanya praktik agresivitas pajak yang perlu dikaji lebih mendalam.

Seiring dengan peluang yang besar, sektor properti menghadapi tantangan signifikan terkait pengelolaan pajak. Proyek-proyek properti biasanya membutuhkan modal besar dan jangka waktu pengembalian investasi yang panjang. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak yang efisien agar arus kas tetap sehat dan profitabilitas terjaga, yang kerap memunculkan praktik agresivitas pajak, yakni upaya perusahaan untuk mengurangi kewajiban pajak melalui strategi perencanaan yang sah namun agresif.

Beberapa faktor internal perusahaan diduga memengaruhi agresivitas pajak di sektor properti dan real estate. Pertama, strategi bisnis yang diterapkan, seperti cost leadership, diferensiasi, atau fokus pada segmen pasar tertentu, dapat memengaruhi keputusan perusahaan dalam perencanaan pajak. Strategi yang menekankan efisiensi biaya atau inovasi produk mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan kewajiban pajaknya agar mampu mempertahankan daya saing dan profitabilitas. Kedua, Debt to Asset Ratio (DAR), yang mencerminkan struktur modal perusahaan, dapat memengaruhi agresivitas pajak. Perusahaan dengan tingkat utang tinggi memiliki peluang lebih besar untuk memanfaatkan pengurangan pajak melalui bunga utang (tax shield). Ketiga, pertumbuhan penjualan (Sales Growth) juga berperan penting. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi biasanya memiliki fleksibilitas arus kas yang lebih baik sehingga mampu menerapkan strategi perencanaan pajak yang kompleks dan menjaga laba bersih secara optimal.

Selain faktor-faktor tersebut, ukuran perusahaan (Firm Size) berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor internal terhadap agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan political cost theory (Watts & Zimmerman, 1986) yang menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung menjadi sorotan publik dan regulator sehingga lebih berhati-hati dalam kebijakan pajaknya, namun di sisi lain justru memiliki kapasitas sumber daya yang lebih besar untuk memanfaatkan celah perencanaan pajak yang kompleks. Kustari (2024) menemukan bahwa perusahaan besar cenderung lebih agresif dalam perencanaan pajak pada sub-sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Penelitian oleh Putri (2023) juga menegaskan bahwa faktor seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan komite audit berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak di sektor properti dan real estate.

Meskipun penelitian terkait agresivitas pajak telah banyak dilakukan, masih terdapat inkonsistensi pada hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menemukan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak (Kustari, 2024), sementara penelitian lain tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Demikian pula pada variabel DAR, sebagian penelitian mendukung hubungan positif melalui mekanisme tax shield, namun penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Research gap ini mendorong perlunya penelitian lebih lanjut, khususnya dengan mempertimbangkan peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang dapat menjelaskan perbedaan hasil tersebut, serta dengan menggunakan data terbaru periode 2022–2024 yang belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis, debt to asset ratio, dan sales growth terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode

2022–2024, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dan pembuat kebijakan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak serta implikasinya terhadap tata kelola perusahaan di sektor properti dan real estate di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory

Agency theory (Jensen & Meckling, 1976) menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen), di mana agen diberi wewenang untuk mengelola perusahaan atas nama prinsipal. Dalam konteks agresivitas pajak, manajemen sebagai agen dapat memiliki insentif untuk meminimalkan beban pajak guna meningkatkan laba bersih, yang pada gilirannya berdampak pada bonus dan kompensasi manajemen. Namun, tindakan agresivitas pajak yang berlebihan dapat menimbulkan risiko hukum dan reputasi yang merugikan kepentingan pemegang saham dalam jangka panjang. Teori ini menjadi landasan untuk memahami mengapa manajemen perusahaan terdorong melakukan perencanaan pajak secara agresif.

Political Cost Theory

Political cost theory (Watts & Zimmerman, 1986) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung menghadapi tekanan politik dan pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah, regulator, dan publik. Akibatnya, perusahaan besar akan lebih berhati-hati dalam praktik pelaporan keuangan dan perencanaan pajaknya untuk menghindari sanksi regulasi. Namun di sisi lain, sumber daya yang besar juga memberi perusahaan kemampuan lebih untuk memanfaatkan celah perencanaan pajak yang kompleks. Teori ini menjadi dasar argumentasi peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak didefinisikan sebagai tindakan yang dirancang untuk mengurangi penghasilan kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik yang bersifat legal maupun ilegal (Frank et al., 2009). Pengukuran agresivitas pajak dalam penelitian ini menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR), yaitu rasio antara beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak. Nilai ETR yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan membayar pajak yang relatif kecil dibandingkan laba yang diperoleh, yang mencerminkan tingkat agresivitas pajak yang lebih tinggi (Lanis & Richardson, 2012).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis mencerminkan cara perusahaan bersaing dalam industrinya untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham (Porter, 1980). Dalam penelitian ini, strategi bisnis diproksikan dengan *Property, Plant and Equipment Intensity* (PPEINT), yaitu rasio aset tetap terhadap total aset. Perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* atau berinvestasi besar pada aset tetap cenderung memanfaatkan depresiasi aset sebagai pengurang pajak (*tax shield*), sehingga mendorong praktik agresivitas pajak yang lebih tinggi.

Debt to Asset Ratio (DAR)

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan rasio yang menggambarkan proporsi total utang terhadap total aset perusahaan, mencerminkan struktur modal dan tingkat *leverage* perusahaan. Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi dapat

memanfaatkan pembayaran bunga utang sebagai pengurang pajak (*interest tax shield*), sehingga mengurangi beban pajak yang dibayarkan (Modigliani & Miller, 1963). Dengan demikian, semakin tinggi DAR suatu perusahaan, semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk melakukan agresivitas pajak melalui mekanisme pengurangan bunga.

Sales Growth (Pertumbuhan Penjualan)

Sales growth atau pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya dari satu periode ke periode berikutnya. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi biasanya memiliki kebutuhan investasi yang besar sehingga mendorong manajemen untuk mengoptimalkan arus kas, termasuk melalui strategi penghematan pajak (Hidayat, 2018). Sebaliknya, pertumbuhan penjualan yang tinggi juga dapat mengindikasikan kinerja yang baik sehingga perusahaan justru lebih patuh dalam membayar pajak untuk menjaga reputasinya.

Ukuran Perusahaan (Firm Size)

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur melalui total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar (Riyanto, 2011). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset (LN_TOTAL_ASET). Perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya, keahlian, dan jaringan yang lebih kuat untuk melakukan perencanaan pajak yang kompleks, namun juga menghadapi pengawasan yang lebih ketat dari otoritas pajak dan publik.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait agresivitas pajak di sektor properti dan real estate telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya. Kustari (2024) meneliti pengaruh strategi bisnis dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada sub-sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023, dan menemukan bahwa strategi bisnis serta ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian tersebut mengonfirmasi bahwa perusahaan yang menerapkan strategi berbasis investasi aset tetap memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan perencanaan pajak yang agresif. Sejalan dengan temuan tersebut, Putri (2023) menegaskan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Komite Audit secara signifikan memengaruhi penghindaran pajak di sektor properti dan real estate.

Penelitian yang berfokus pada pengaruh struktur modal terhadap agresivitas pajak juga menunjukkan hasil yang beragam. Andriani dan Ridlo (2019) menemukan bahwa *Debt to Asset Ratio* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, di mana perusahaan dengan tingkat utang yang lebih tinggi cenderung memanfaatkan beban bunga sebagai pengurang pajak (*interest tax shield*). Hasil serupa diperoleh oleh penelitian yang dilakukan oleh Ekaputri et al. (2024) yang menemukan bahwa intensitas modal dan tingkat hutang berdampak positif signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di BEI. Namun, Putri dan Nuswandari (2022) menemukan hasil yang berbeda, di mana *leverage* justru berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, sementara ukuran perusahaan dan intensitas aset tetap tidak berpengaruh signifikan.

Terkait variabel intensitas aset tetap yang digunakan sebagai proksi strategi bisnis, terdapat pula inkonsistensi hasil penelitian. Penelitian oleh Hidayat dan Fitria (2018) menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dengan investasi aset tetap tinggi lebih agresif dalam meminimalkan beban pajaknya. Temuan ini didukung oleh penelitian Amalia (2021) yang menyatakan bahwa *capital intensity* memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap agresivitas pajak. Sebaliknya, Neno dan Irawati (2022) serta Maharani dan

Sulistiyowati (2023) menemukan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sehingga menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Pada variabel pertumbuhan penjualan (*sales growth*), Ulfa et al. (2024) menemukan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hasil ini bertolak belakang dengan Hidayat (2018) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak bersifat kondisional dan dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan, termasuk ukuran perusahaan.

Peran ukuran perusahaan sebagai variabel yang memengaruhi agresivitas pajak juga telah banyak diteliti. Ndraha (2024) meneliti pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2020–2022, dan menemukan bahwa perusahaan yang melakukan penghindaran pajak paling besar berasal dari sektor properti dengan nilai ETR yang sangat rendah secara berturut-turut. Penelitian Lanis dan Richardson (2012) menambahkan perspektif bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan besar memiliki sumber daya lebih untuk memanfaatkan celah perencanaan pajak yang kompleks. Berbeda dengan hal tersebut, *political cost theory* (Watts & Zimmerman, 1986) justru berargumen bahwa pengawasan yang lebih ketat terhadap perusahaan besar membuat mereka lebih berhati-hati, sehingga ukuran perusahaan dapat pula berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Berdasarkan kajian berbagai penelitian terdahulu tersebut, terlihat bahwa terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh strategi bisnis, DAR, dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak, serta belum banyak penelitian yang mengkaji peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi atas ketiga hubungan tersebut, khususnya pada sektor properti dan real estate periode 2022–2024. Hal inilah yang menjadi dasar dan motivasi dilakukannya penelitian ini.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1:** Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.
- H2:** *Debt to Asset Ratio* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.
- H3:** *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.
- H4:** Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.
- H5:** Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.
- H6:** Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2022–2024.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Data diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan laporan keuangan masing-masing perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria:

1. perusahaan terdaftar di BEI selama periode 2022–2024 secara berturut-turut;
2. mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang lengkap;
3. tidak mengalami kerugian selama periode penelitian;
4. memiliki data yang lengkap terkait seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian..

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 54 perusahaan dengan total 162 observasi (balanced panel data).

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat jenis variabel, yaitu variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi. Definisi operasional dan pengukuran masing-masing variabel disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Jenis	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala
1	Agresivitas Pajak (ETR)	Dependen	Upaya perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak melalui perencanaan pajak yang sah maupun tidak sah (Frank et al., 2009)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan} / \text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio
2	Strategi Bisnis (PPEINT)	Independen	Intensitas investasi perusahaan pada aset tetap sebagai cerminan strategi bisnis yang diterapkan	$PPEINT = \frac{\text{Aset Tetap Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
3	Debt to Asset Ratio (DAR)	Independen	Proporsi total utang terhadap total aset yang mencerminkan struktur modal dan tingkat <i>leverage</i> perusahaan	$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
4	Sales Growth	Independen	Tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya	$\text{Sales Growth} = \frac{(\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{(t-1)})}{\text{Penjualan}_{(t-1)}}$	Rasio
5	Ukuran Perusahaan (Firm Size)	Moderasi	Besar kecilnya perusahaan yang diukur berdasarkan total aset yang dimiliki	$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan tiga pendekatan model estimasi, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model terbaik dilakukan melalui tiga tahap pengujian, yaitu:

1. Uji Chow — untuk memilih antara CEM dan FEM. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka model yang terpilih adalah CEM.
2. Uji Hausman — untuk memilih antara FEM dan REM. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka model yang terpilih adalah REM.
3. Uji Lagrange Multiplier (LM) — untuk memilih antara CEM dan REM. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka model yang terpilih adalah CEM.

Sebelum dilakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Pengaruh moderasi ukuran perusahaan diuji menggunakan variabel interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*).

Model persamaan regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Model Utama (tanpa moderasi):

$$ETR = \alpha + \beta_1 PPEINT + \beta_2 DAR + \beta_3 SALES_GROWTH + \beta_4 SIZE + \varepsilon$$

Model Moderasi

$$ETR = \alpha + \beta_1 PPEINT + \beta_2 DAR + \beta_3 SALES_GROWTH + \beta_4 SIZE + M1 + M2 + M3 + \varepsilon$$

Keterangan:

1. ETR = *Effective Tax Rate* (agresivitas pajak)
2. α = Konstanta
3. β_1 – β_5 = Koefisien regresi
4. PPEINT = Strategi bisnis (*Property, Plant and Equipment Intensity*)
5. DAR = *Debt to Asset Ratio*
6. SALES_GROWTH = Pertumbuhan penjualan
7. SIZE = Ukuran perusahaan (LN Total Aset)
8. ε = Error term

Kriteria pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05). Seluruh pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak EViews 13

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data penelitian secara sistematis yang meliputi analisis statistik deskriptif, pemilihan model data panel, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis melalui regresi data panel. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan 54 perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, dengan total 162 observasi *balanced panel data*. Variabel dependen yang digunakan adalah agresivitas pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR), sedangkan variabel independen meliputi strategi bisnis (PPEINT), *Debt to*

Asset Ratio (DAR), dan *sales growth*, serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak EViews 13.

Sebelum dilakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan pemilihan model data panel terbaik melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier* (LM), serta pengujian asumsi klasik berupa uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas untuk memastikan bahwa model yang diestimasi memenuhi syarat sebagai estimator yang baik (*Best Linear Unbiased Estimator*/BLUE). Pengujian pengaruh moderasi ukuran perusahaan dilakukan menggunakan pendekatan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan variabel interaksi antara ukuran perusahaan dan masing-masing variabel independen. Hasil pengujian selengkapnya disajikan sebagai berikut.

Analisis Pemilihan Model Data Panel

a. Uji Chow

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.882175	(53,104)	0.6893
Cross-section Chi-square	60.145235	53	0.2329

Pemilihan model data panel yang tepat dilakukan melalui tiga tahap pengujian. **Pertama**, Uji Chow menghasilkan nilai probabilitas *Chi-square* sebesar $0,2329 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan model yang terpilih antara CEM dan FEM adalah **CEM**

b. Uji Hausman

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

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.527560	4	0.9708

Uji Hausman menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,9708 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan model yang terpilih antara FEM dan REM adalah **REM**.

c. Uji Legrange Multiplier/LM

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.251317 (0.6161)	0.122438 (0.7264)	0.373755 (0.5410)
Honda	-0.501315 (0.6919)	-0.349911 (0.6368)	-0.601908 (0.7264)
King-Wu	-0.501315 (0.6919)	-0.349911 (0.6368)	-0.439087 (0.6697)
Standardized Honda	-0.200810 (0.5796)	0.055495 (0.4779)	-6.236382 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.200810 (0.5796)	0.055495 (0.4779)	-2.944343 (0.9984)
Gourieroux, et al.	--	--	0.000000 (1.0000)

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) dengan metode Breusch-Pagan menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,6161 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan model yang terpilih antara CEM dan REM adalah **CEM**.

Berdasarkan ketiga tahap pengujian tersebut, model estimasi terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Common Effect Model (CEM)**. Setelah melakukan pengujian model diatas, yang terpilih untuk dijadikan model data panel adalah model CEM.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

	PPEINT	DAR	SALES_GRO WTH	ETR	LN_TOTAL_ ASET_
PPEINT	1.000000	-0.011565	-0.031232	0.187722	-0.071194
DAR	-0.011565	1.000000	0.129799	0.037722	0.318496
SALES_ GROWT					
H	-0.031232	0.129799	1.000000	-0.011832	-0.040205
ETR	0.187722	0.037722	-0.011832	1.000000	-0.023808
LN_TO TAL_AS					
ET_	-0.071194	0.318496	-0.040205	-0.023808	1.000000

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menggunakan matriks korelasi antar variabel, diketahui bahwa seluruh nilai korelasi antar variabel independen berada di bawah 0,80. Nilai korelasi tertinggi terjadi antara DAR dan LN_TOTAL_ASET sebesar 0,3185, yang masih jauh di bawah batas toleransi 0,80. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa **tidak terdapat masalah multikolinearitas** dalam model penelitian ini, sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi.

b. Uji Heterokedasitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.743954	Prob. F(4,157)	0.1430
Obs*R-squared	6.891760	Prob. Chi-Square(4)	0.1417
Scaled explained SS	473.1589	Prob. Chi-Square(4)	0.0000

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 10/12/25 Time: 16:24
Sample: 1 162
Included observations: 162

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	427.5646	1317.280	0.324581	0.7459
PPEINT	1633.366	649.2791	0.038451	0.9694
DAR	267.1058	423.8346	0.630212	0.5295
SALES_GROWTH	-1.748452	10.20846	-0.171275	0.8642
LN_TOTAL_ASET_	-19.81886	46.73000	-0.424114	0.6721
R-squared	0.042542	Mean dependent var		79.26970
Adjusted R-squared	0.018148	S.D. dependent var		961.4364
S.E. of regression	952.6724	Akaike info criterion		16.58680
Sum squared resid	1.42E+08	Schwarz criterion		16.68209
Log likelihood	-1338.531	Hannan-Quinn criter.		16.62549
F-statistic	1.743954	Durbin-Watson stat		2.026846
Prob(F-statistic)	0.143005			

Hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode Breusch-Pagan-Godfrey menunjukkan nilai probabilitas F-statistic sebesar $0,1430 > 0,05$ dan nilai probabilitas Obs*R-squared sebesar $0,1417 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, H_0 diterima yang berarti **tidak terdapat masalah heterokedastisitas** dalam model penelitian ini. Varians dari residual bersifat konstan (homoskedastis) sehingga hasil estimasi regresi bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dan dapat digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis.

Uji regresi data panel

Berdasarkan hasil estimasi menggunakan *Common Effect Model* (CEM), diperoleh persamaan regresi model utama sebagai berikut:

$$ETR = -1,2336 + 14,7403 PPEINT + 1,9918 DAR - 0,0138 SALES_GROWTH + \varepsilon$$

Dependent Variable: ETR
Method: Panel Least Squares
Date: 10/12/25 Time: 16:28
Sample: 2022 2024
Periods included: 3
Cross-sections included: 54
Total panel (balanced) observations: 162

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.233632	1.611316	-0.765605	0.4451
PPEINT	14.74027	6.129441	2.404831	0.0173
DAR	1.991832	3.791541	0.525336	0.6001
SALES_GROWTH	-0.013849	0.096253	-0.143879	0.8858
R-squared	0.036957	Mean dependent var		0.644981
Adjusted R-squared	0.018672	S.D. dependent var		9.103800
S.E. of regression	9.018407	Akaike info criterion		7.260794
Sum squared resid	12850.40	Schwarz criterion		7.337031
Log likelihood	-584.1243	Hannan-Quinn criter.		7.291747
F-statistic	2.021118	Durbin-Watson stat		1.549771
Prob(F-statistic)	0.113147			

Secara simultan, hasil uji F pada model utama menunjukkan nilai F-statistik sebesar 2,0211 dengan probabilitas sebesar 0,1131 > 0,05. Hal ini berarti secara bersama-sama variabel strategi bisnis (PPEINT), DAR, dan *sales growth* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap agresivitas pajak pada tingkat kepercayaan 95%. Nilai *R-squared* sebesar 0,0370 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen hanya mampu menjelaskan 3,70% variasi agresivitas pajak, sedangkan 96,30% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Secara parsial, pengujian masing-masing variabel menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. **PPEINT** memiliki koefisien sebesar 14,7403 dengan nilai probabilitas 0,0173 < 0,05, yang berarti strategi bisnis **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap agresivitas pajak (**H1 diterima**).
2. **DAR** memiliki koefisien sebesar 1,9918 dengan nilai probabilitas 0,6001 > 0,05, yang berarti DAR **tidak berpengaruh signifikan** terhadap agresivitas pajak (**H2 ditolak**).
3. **Sales Growth** memiliki koefisien sebesar -0,0138 dengan nilai probabilitas 0,8858 > 0,05, yang berarti *sales growth* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap agresivitas pajak (**H3 ditolak**).

Hasil pengujian moderasi menggunakan variabel interaksi menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$ETR = -1,1212 + 0,0565 M1 + 0,5177 M2 - 0,0005 M3 + \varepsilon$$

Dependent Variable: ETR
Method: Panel Least Squares
Date: 10/12/25 Time: 16:28
Sample: 2022 2024
Periods included: 3
Cross-sections included: 54
Total panel (balanced) observations: 162

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.121223	1.576652	-0.711141	0.4780
M1	0.056450	0.125303	0.450508	0.6530
M2	0.517657	0.216440	2.391684	0.0179
M3	-0.000462	0.003392	-0.136336	0.8917
R-squared	0.036120	Mean dependent var		0.644981
Adjusted R-squared	0.017818	S.D. dependent var		9.103800
S.E. of regression	9.022330	Akaike info criterion		7.261664
Sum squared resid	12861.58	Schwarz criterion		7.337901
Log likelihood	-584.1948	Hannan-Quinn criter.		7.292617
F-statistic	1.973579	Durbin-Watson stat		1.548588
Prob(F-statistic)	0.120139			

Hipotesis	Variabel	Koefisien	Prob.	Keterangan
H1	PPEINT → ETR	14,7403	0,0173	Berpengaruh Signifikan Positif ✓ Diterima
H2	DAR → ETR	1,9918	0,6001	Tidak Berpengaruh Signifikan X Ditolak
H3	Sales Growth → ETR	-0,0138	0,8858	Tidak Berpengaruh Signifikan X Ditolak
H4	M1 (PPEINT × SIZE) → ETR	0,0565	0,6530	Tidak Signifikan Memoderasi X Ditolak
H5	M2 (DAR × SIZE) → ETR	0,5177	0,0179	Signifikan Memoderasi ✓ Diterima
H6	M3 (Sales Growth × SIZE) → ETR	-0,0005	0,8917	Tidak Signifikan Memoderasi X Ditolak

Dari di atas dapat diketahui bahwa variabel M2 (interaksi DAR × SIZE) memiliki koefisien sebesar 0,5177 dengan probabilitas 0,0179 < 0,05. Ini berarti ukuran perusahaan **secara signifikan memoderasi (memperkuat) pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak** (H5 diterima). Sebaliknya, variabel M1 (interaksi PPEINT × SIZE) dan M3 (interaksi Sales Growth × SIZE) masing-masing memiliki probabilitas 0,6530 dan 0,8917, keduanya > 0,05, sehingga ukuran perusahaan **tidak secara signifikan**

memoderasi pengaruh strategi bisnis maupun *sales growth* terhadap agresivitas pajak (H4 dan H6 ditolak).

PEMBAHASAN

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diprosikan dengan *Property, Plant and Equipment Intensity* (PPEINT) berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai koefisien sebesar 14,7403 dan nilai probabilitas sebesar $0,0173 < 0,05$, sehingga **H1 diterima**. Hasil ini mengandung makna bahwa semakin tinggi intensitas investasi perusahaan pada aset tetap, semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajaknya, yang tercermin dari nilai ETR yang meningkat. Perusahaan properti dengan investasi besar pada aset tetap seperti gedung, tanah, dan infrastruktur dapat memanfaatkan beban depresiasi aset sebagai pengurang penghasilan kena pajak sehingga mendorong praktik perencanaan pajak yang lebih agresif.

Temuan ini konsisten dengan *agency theory* (Jensen & Meckling, 1976) yang menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai agen memiliki insentif untuk meminimalkan beban pajak melalui strategi pemanfaatan depresiasi aset tetap guna memaksimalkan nilai perusahaan dan kompensasi manajemen. Perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* dengan berinvestasi besar pada aset tetap cenderung mengoptimalkan penghematan pajak melalui mekanisme depresiasi, sehingga semakin tinggi PPEINT maka semakin agresif perusahaan dalam strategi perpajakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kustari (2024) yang menemukan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di BEI, serta didukung oleh penelitian Hidayat dan Fitria (2018) yang menemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak.

Pengaruh Debt to Asset Ratio (DAR) terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa DAR memiliki koefisien sebesar 1,9918 dengan nilai probabilitas sebesar $0,6001 > 0,05$, sehingga **H2 ditolak**. Hasil ini berarti bahwa tingkat utang perusahaan yang diukur melalui DAR **tidak berpengaruh signifikan** terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate periode 2022–2024. Meskipun secara teoritis perusahaan dengan utang tinggi dapat memanfaatkan beban bunga sebagai pengurang pajak (*interest tax shield*), dalam praktiknya perusahaan properti di Indonesia belum sepenuhnya mengoptimalkan mekanisme tersebut sebagai strategi agresivitas pajak.

Tidak signifikannya pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, adanya pengawasan yang semakin ketat dari Direktorat Jenderal Pajak terhadap praktik *thin capitalization* atau utang yang berlebihan untuk tujuan penghematan pajak melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 169/PMK.010/2015 tentang batasan *debt to equity ratio* membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam memanfaatkan utang sebagai instrumen agresivitas pajak. Kedua, pada periode 2022–2024, sektor properti masih dalam proses pemulihan pasca pandemi COVID-19 sehingga manajemen lebih fokus pada pengelolaan utang untuk menjaga kelangsungan bisnis daripada mengoptimalkannya untuk penghematan pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Putri dan Nuswandari (2022) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, serta konsisten dengan penelitian Ulfa et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa struktur utang belum tentu mendorong perilaku agresivitas

pajak secara langsung.

Pengaruh Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki koefisien sebesar $-0,0138$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,8858 > 0,05$, sehingga **H3 ditolak**. Hasil ini berarti bahwa pertumbuhan penjualan **tidak berpengaruh signifikan** terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate periode 2022–2024. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi atau rendahnya pertumbuhan penjualan perusahaan tidak secara otomatis mendorong manajemen untuk melakukan praktik agresivitas pajak yang lebih intensif.

Tidak signifikannya pengaruh *sales growth* dapat disebabkan oleh karakteristik unik sektor properti, di mana perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi cenderung lebih terfokus pada ekspansi bisnis, pengembangan proyek baru, dan pemenuhan kewajiban kepada kreditur daripada mengalokasikan sumber daya untuk strategi penghindaran pajak yang agresif. Di samping itu, pertumbuhan penjualan yang tinggi di sektor properti sering kali disertai dengan peningkatan biaya konstruksi dan operasional yang secara alami mengurangi laba kena pajak tanpa perlu melakukan perencanaan pajak agresif secara khusus. Hasil ini konsisten dengan penelitian Ulfa et al. (2024) yang juga menemukan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, namun bertolak belakang dengan Hidayat (2018) yang menemukan *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak, sehingga mengkonfirmasi bahwa pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak bersifat kontekstual dan bergantung pada karakteristik sektor serta periode penelitian.

Peran Moderasi Ukuran Perusahaan pada Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel interaksi M1 ($PPEINT \times LN_TOTAL_ASET$) memiliki koefisien sebesar $0,0565$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,6530 > 0,05$, sehingga **H4 ditolak**. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan **tidak secara signifikan memoderasi** pengaruh strategi bisnis terhadap agresivitas pajak. Artinya, besar kecilnya ukuran perusahaan tidak membedakan kekuatan hubungan antara intensitas aset tetap dan agresivitas pajak secara berarti.

Tidak signifikannya peran moderasi ukuran perusahaan pada hubungan ini dapat dijelaskan karena pengaruh strategi bisnis terhadap agresivitas pajak bersifat lebih universal dan tidak tergantung pada skala perusahaan. Baik perusahaan besar maupun kecil di sektor properti memiliki kesempatan yang sama untuk memanfaatkan depresiasi aset tetap sebagai instrumen penghematan pajak, sehingga ukuran perusahaan tidak memberikan efek diferensiasi yang signifikan dalam hubungan tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa mekanisme depresiasi sebagai *tax shield* berlaku secara proporsional terhadap skala investasi aset tetap tanpa dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara keseluruhan.

Peran Moderasi Ukuran Perusahaan pada Pengaruh DAR terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa variabel interaksi M2 ($DAR \times LN_TOTAL_ASET$) memiliki koefisien positif sebesar $0,5177$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,0179 < 0,05$, sehingga **H5 diterima**. Hasil ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan **secara signifikan memperkuat** pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak. Dengan kata lain, pada perusahaan properti berukuran besar, semakin tinggi tingkat utang perusahaan maka agresivitas pajaknya semakin meningkat secara lebih kuat dibandingkan pada perusahaan kecil.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *political cost theory* (Watts & Zimmerman, 1986)

dan *agency theory* (Jensen & Meckling, 1976) secara bersamaan. Perusahaan properti berukuran besar memiliki akses terhadap instrumen utang yang lebih beragam dan bernilai lebih besar, serta didukung oleh tim keuangan dan konsultan pajak yang lebih kompeten untuk mengoptimalkan *interest tax shield* secara legal. Kapasitas sumber daya yang lebih besar memungkinkan perusahaan besar merancang struktur utang yang lebih strategis, misalnya melalui penerbitan obligasi atau pinjaman antarperusahaan terafiliasi, yang secara bersamaan menghasilkan penghematan pajak yang lebih besar. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wijaya dan Ratmono (2020) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak, serta memperkuat argumen Kustari (2024) bahwa perusahaan besar di sektor properti cenderung lebih agresif dalam strategi perpajakan.

Peran Moderasi Ukuran Perusahaan pada Pengaruh Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa variabel interaksi M3 (*Sales Growth* × LN_TOTAL_ASET) memiliki koefisien sebesar $-0,0005$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,8917 > 0,05$, sehingga **H6 ditolak**. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan **tidak secara signifikan memoderasi** pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak. Kondisi ini mengindikasikan bahwa baik perusahaan properti berukuran besar maupun kecil tidak secara berbeda memanfaatkan pertumbuhan penjualannya sebagai pendorong agresivitas pajak.

Tidak signifikannya moderasi ukuran perusahaan pada hubungan *sales growth* dan agresivitas pajak menguatkan temuan pada pengujian H3 bahwa pertumbuhan penjualan memang bukan merupakan faktor utama yang mendorong agresivitas pajak di sektor properti dan real estate pada periode 2022–2024, terlepas dari skala perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan manajemen dalam melakukan perencanaan pajak lebih dipengaruhi oleh faktor struktur aset dan struktur modal perusahaan daripada oleh dinamika pertumbuhan penjualan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa regulator tidak perlu secara khusus memperketat pengawasan agresivitas pajak berdasarkan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan properti, melainkan lebih perlu memerhatikan kombinasi antara struktur utang dan skala perusahaan sebagai indikator risiko agresivitas pajak yang lebih relevan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bisnis, *Debt to Asset Ratio* (DAR), dan *sales growth* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan regresi data panel dengan model *Common Effect Model* (CEM) terhadap 54 perusahaan sampel dengan 162 observasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Strategi bisnis (PPEINT) berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak.** Perusahaan sektor properti yang memiliki intensitas investasi aset tetap yang lebih tinggi cenderung memanfaatkan beban depresiasi sebagai instrumen penghematan pajak, sehingga mendorong perilaku agresivitas pajak yang lebih tinggi. Temuan ini konsisten dengan *agency theory* yang menjelaskan bahwa manajemen terdorong untuk mengoptimalkan strategi perpajakan melalui investasi aset tetap.

2. **Debt to Asset Ratio (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.** Tingkat utang perusahaan properti pada periode 2022–2024 belum terbukti secara langsung mendorong praktik agresivitas pajak, yang kemungkinan disebabkan oleh adanya regulasi pembatasan rasio utang untuk keperluan perpajakan serta kondisi sektor properti yang masih dalam tahap pemulihan pasca pandemi.
3. **Sales growth tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.** Pertumbuhan penjualan perusahaan properti tidak secara otomatis memicu perilaku agresivitas pajak, karena perusahaan dengan pertumbuhan tinggi lebih terfokus pada ekspansi bisnis dan pengelolaan biaya operasional daripada strategi perencanaan pajak yang agresif.
4. **Ukuran perusahaan tidak secara signifikan memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap agresivitas pajak.** Pemanfaatan depresiasi aset tetap sebagai instrumen penghematan pajak berlaku secara proporsional tanpa dibedakan oleh skala perusahaan, sehingga ukuran perusahaan tidak memberikan efek moderasi yang berarti pada hubungan tersebut.
5. **Ukuran perusahaan secara signifikan memperkuat pengaruh DAR terhadap agresivitas pajak.** Perusahaan properti berukuran besar dengan tingkat utang yang tinggi terbukti lebih agresif dalam memanfaatkan *interest tax shield* karena memiliki akses instrumen utang yang lebih beragam serta kapasitas sumber daya manajemen pajak yang lebih kompeten.
6. **Ukuran perusahaan tidak secara signifikan memoderasi pengaruh sales growth terhadap agresivitas pajak.** Pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor pendorong agresivitas pajak di sektor properti baik pada perusahaan besar maupun kecil, sehingga keputusan perencanaan pajak lebih dipengaruhi oleh struktur aset dan struktur modal perusahaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan implikasi penting bahwa kombinasi antara struktur utang yang tinggi dan ukuran perusahaan yang besar merupakan indikator risiko agresivitas pajak yang paling relevan di sektor properti dan real estate Indonesia. Bagi regulator dan Direktorat Jenderal Pajak, temuan ini menjadi landasan untuk meningkatkan pengawasan terhadap praktik perencanaan pajak pada perusahaan properti besar dengan tingkat *leverage* yang tinggi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode pengamatan, menambahkan variabel lain seperti profitabilitas, kepemilikan institusional, dan kualitas audit, serta mempertimbangkan penggunaan proksi agresivitas pajak alternatif seperti *book-tax difference* (BTD) atau *cash effective tax rate* (CETR).

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L., & Ridlo, I. A. (2019). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 112–128.
- Direktur Jenderal Pajak. (2020). *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak 2020*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Ekaputri, R., Santoso, A., & Wardani, D. K. (2024). Peran Intensitas Modal dan Tingkat Hutang terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Properti dan Real Estate. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 45–60.

- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2009). Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 84(2), 467–496.
- Hidayat, W. W., & Fitria, G. N. (2018). Pengaruh *Capital Intensity*, Inventory Intensity, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 157–168.
- 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.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2023). *Kontribusi Sektor Properti terhadap PDB Indonesia*. Jakarta: Kemenko Perekonomian.
- Kustari, D. (2024). Pengaruh Strategi Bisnis dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak pada Sub-Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2019–2023. *Jurnal Akuntansi Perpajakan*, 12(1), 33–50.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433–443.
- Ndraha, I. N. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2020–2022. *Skripsi*. Universitas Medan Area.
- Neno, S., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 78–95.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Putri, R. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Komite Audit terhadap Penghindaran Pajak pada Sektor Properti dan Real Estate. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 45–60.
- Putri, V. R., & Nuswandari, C. (2022). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Aset Tetap terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 9(2), 135–150.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFE.
- Sari, D., & Martani, D. (2022). Strategi Bisnis, Struktur Kepemilikan, dan Penghindaran Pajak pada Perusahaan Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(1), 22–38.

- Tax Justice Network. (2022). *The State of Tax Justice 2022*. London: Tax Justice Network.
Diakses dari <https://taxjustice.net/reports/the-state-of-tax-justice-2022>
- Ulfa, M., Wahyudi, T., & Rahayu, S. (2024). Penghindaran Pajak di Indonesia: Analisis Determinan dan Implikasi Kebijakan. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 12(1), 1–20.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive Accounting Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Wijaya, M., & Ratmono, D. (2020). Pengaruh DAR, ROA, dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(3), 1–12.