

Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh Capital Intensity, Transfer Pricing, dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak

Profitability as a Moderating Variable on the Effect of Capital Intensity, Transfer Pricing, and Sales Growth on Tax Aggressiveness

**Indah Wijayanti ¹,
Dewi Indriasih ²,
Eva Anggra Yunita ³.**

^{1,2,3}Akuntansi, Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis,
Universitas Pancasakti
Tegal, Indonesia.

Surel Korespondensi:
indahwjy104@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh intensitas modal, *transfer pricing*, dan *sales growth* pada agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan consumer goods industry yang listed di BEI periode 2021–2025. Penelitian mempergunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi terdiri atas 35 perusahaan dengan teknik sampling jenuh sehingga diperoleh 175 data observasi. Data dikumpulkan melalui dokumentasi annual report dan dianalisis mempergunakan regresi linier berganda serta Moderated Regression Analysis (MRA) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian mengindikasikan bahwasanya intensitas modal tidak berpengaruh pada agresivitas pajak, sedangkan *transfer pricing* dan *sales growth* berpengaruh positif pada agresivitas pajak. Profitabilitas tidak bisa memoderasi korelasi antara intensitas modal maupun *transfer pricing* pada agresivitas pajak, namun bisa memoderasi pengaruh *sales growth* pada agresivitas pajak.

Kata kunci: intensitas modal, *transfer pricing*, *sales growth*, profitabilitas, agresivitas pajak.

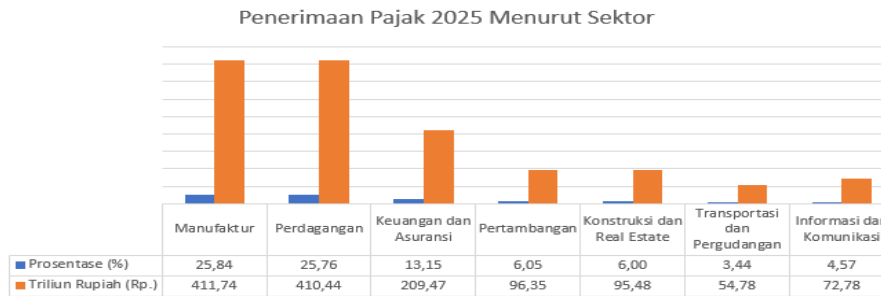
Abstract

This study seeks to examine the impact of capital intensity, transfer pricing, and sales growth on tax aggression, with profitability serving as a moderating variable in consumer products firms listed on the Indonesia Stock Exchange from 2021 to 2025. The research utilised a quantitative methodology with a descriptive framework. The population comprised 35 enterprises, employing a saturated sampling strategy, which yielded 175 observational data sets. Data were gathered from financial report documents and analysed employing multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) use SPSS. The findings indicated that capital intensity did not influence tax aggressiveness, however transfer pricing and sales growth positively impacted tax aggressiveness. Profitability did not reduce the relationship between capital intensity and transfer pricing regarding tax aggressiveness; however, it did lessen the impact of sales growth on tax aggressiveness..

Keywords: capital intensity, transfer pricing, sales growth, profitability, tax aggressiveness.

PENDAHULUAN

Sektor manufaktur dan perdagangan merupakan penyumbang terbesar penerimaan pajak nasional sehingga menyandang peran strategis dalam mendukung penerimaan negara. Kondisi ini berkaitan erat dengan consumer goods industry yang didominasi instansi penghasil barang konsumsi dengan volume transaksi tinggi. Besarnya kontribusi tersebut menjadikan sektor ini penting dikaji, terutama terkait potensi agresivitas pajak. Peringkat penerimaan pajak menurut sektor ekonomi tahun 2025 disajikan pada Gambar 1 (Rahmatika, 2026):



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak (2025)
Gambar 1.1. Penerimaan Pajak 2025 Menurut Sektor

Data penerimaan pajak tahun 2025 mengindikasikan bahwasanya sektor manufaktur dan perdagangan masih menjadi kontributor terbesar penerimaan negara dengan kontribusi masing-masing sebesar 25,84% (Rp411,74 triliun) dan 25,76% (Rp410,44 triliun). Kondisi ini menegaskan bahwasanya aktifitas produksi dan distribusi barang tetap menjadi penopang utama penerimaan pajak nasional. Di sisi lain, sektor keuangan dan asuransi memberikan kontribusi sebesar 13,15% (Rp209,47 triliun), sedangkan sektor pertambangan, konstruksi dan real estat, transportasi dan pergudangan, serta informasi dan komunikasi memberikan kontribusi yang relatif lebih kecil. Temuan tersebut mengindikasikan bahwasanya penerimaan pajak nasional masih didominasi oleh sektor riil, khususnya manufaktur dan perdagangan. Dominasi sektor riil, khususnya manufaktur dan perdagangan, mengindikasikan bahwasanya optimalisasi penerimaan pajak nasional sangat bergantung pada tingkat kepatuhan perpajakan instansi di sektor tersebut. Namun, realisasi penerimaan pajak belum sepenuhnya mencapai target yang ditetapkan. Salah satu faktor yang diduga berkontribusi pada kondisi tersebut adalah meningkatnya praktik agresivitas pajak, yaitu upaya instansi menekan *tax expense* melalui pemanfaatan celah-celah regulasi yang masih bisa dilakukan secara legal maupun semi legal (Mahalistian & Yuliandhari, 2021).

Fenomena agresivitas pajak pada *consumer goods industry* tercermin dari beberapa casus di Indonesia. PT Unilever Indonesia Tbk diduga mengoptimalkan eskalasi cost of bunga dan struktur utang guna menekan laba kena pajak meskipun penjualan meningkat (Ariani & Asmedi, 2025). PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk juga pernah dikaitkan dengan dugaan penghindaran pajak melalui pemekaran usaha, meskipun tetap memperoleh ketetapan pajak dari Direktorat Jenderal Pajak, serta mengindikasikan nilai *deferred tax expense* yang mengindikasikan potensi praktik agresivitas pajak (Zoebar & Miftah, 2020). Selain itu, PT Kalbe Farma Tbk menerima Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) atas Pajak Penghasilan dan PPN yang mengindikasikan adanya perbedaan antara pelaporan laba dan kondisi sebenarnya.

Berbagai cashus tersebut mengindikasikan bahwasanya praktik agresivitas pajak masih menjadi isu yang relevan pada instansi *consumer goods industry* di Indonesia.

Agresivitas pajak diperkirakan dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya intensitas modal, *transfer pricing*, dan *sales growth*. Intensitas modal mencerminkan besarnya investasi instansi pada fixed aset yang bisa menghasilkan cost of penyusutan sehingga berpotensi menurunkan laba kena pajak (Syahrani & Fathoni, 2025; Munawaroh et al., 2025; Aljundi & Purwatiningsih, 2025). *Transfer pricing* merupakan penetapan harga transaksi dengan pihak berelasi yang berpotensi dimanfaatkan guna mengalihkan laba ke entitas atau yurisdiksi dengan *tax rates* lebih rendah guna meminimalkan *tax expense* (Anggraeni et al., 2025; Situmorang & Setiabudi, 2025). Sementara itu, *sales growth* mencerminkan pertumbuhan penjualan yang diikuti eskalasi laba instansi, sehingga bisa menstimulasi manajemen melakukan tax planning yang lebih agresif guna menekan *tax expense* (Wati & Jelanti, 2025; Apriyadi & Syahputra, 2025).

Hasil riset terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak masih mengindikasikan inkonsistensi. Intensitas modal dilaporkan berdampak pada agresivitas pajak oleh Romadhin (2020), Munawaroh et al. (2025) Syahrani & Fathoni (2025), serta Aljundi & Purwatiningsih (2025), namun tidak didukung oleh Rahman (2021), Sugihyanty & Wijayanti (2025), serta Putri & Anjilni (2025). Pada variabel *transfer pricing*, Mayangsari et al., (2024), Aisyah et al. (2024), dan Andini et al. (2025) menemukan dampak positif, sedangkan Rahman (2021) serta Aljundi & Purwatiningsih (2025) memperoleh hasil yang berbeda. Inkonsistensi serupa juga terjadi pada *sales growth* dimana Ariani & Asmedi (2025); Apriyadi & Syahputra (2025) dan Wati & Jelanti (2025) menemukan keterkaitan *sales growth* dengan agresivitas pajak sementara beberapa peneliti tidak menemukan dampak yang signifikan (Syahrani & Fathoni, 2025; Andini et al., 2025; Putri & Anjilni, 2025). Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan masih adanya research gap, sehingga riset ini menguji kembali ketiga variabel tersebut dengan memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Berdasar pada fenomena dan research gap tersebut, riset ini menempatkan diri sebagai pengembangan dari riset-riset sebelumnya dengan menguji kembali dampak intensitas modal, *transfer pricing*, dan *sales growth* pada agresivitas pajak pada perusahaan *consumer goods industry* yang *listed* di BEI periode 2021–2025. Riset terdahulu yang menguji pola serupa, seperti Andini et al. (2025) dan Novitasari et al. (2025), menggunakan data periode 2020–2024 yakni periode yang berakhir sebelum berlakunya kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang mulai berlaku 1 Januari 2025 sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP).

Perubahan tarif ini berpotensi mendorong perusahaan untuk menyesuaikan strategi perpajakannya, termasuk melalui praktik agresivitas pajak, guna menjaga profitabilitas di tengah beban pajak yang meningkat. Dengan mencakup periode 2021–2025, riset ini menjadi salah satu yang pertama menangkap dinamika perilaku perusahaan *consumer goods* pada masa transisi kebijakan tarif PPN tersebut sebuah konteks regulasi yang belum tercakup dalam riset-riset sebelumnya. Riset ini karenanya tidak sekadar mereplikasi model dengan data yang lebih baru, melainkan memberikan bukti empiris yang mencerminkan respons perusahaan terhadap perubahan kebijakan fiskal terkini di Indonesia. Berbeda dengan sebagian besar riset terdahulu yang hanya berfokus pada dampak langsung ketiga variabel tersebut, riset ini turut memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi guna memberikan wawasan yang lebih

komprehensif mengenai kondisi yang memperkuat atau memperlemah dampak masing-masing variabel pada agresivitas pajak. Riset ini diharapkan bisa memperkaya literatur mengenai determinan agresivitas pajak sekaligus memberikan bukti empiris terkini pada konteks *consumer goods industry* di Indonesia.

Berdasar pada fenomena meningkatnya praktik agresivitas pajak, tingginya kontribusi *consumer goods industry* pada penerimaan pajak nasional, serta masih adanya inkonsistensi hasil riset terdahulu, diperlukan kajian empiris yang bisa memaparkan faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak secara lebih komprehensif. Riset ini bermaksud menganalisis dampak intensitas modal, *transfer pricing*, serta *sales growth* pada agresivitas pajak, serta menguji peran profitabilitas dalam memoderasi korelasi antara ketiga variabel tersebut dengan agresivitas pajak pada perusahaan *consumer goods industry* yang listed di BEI periode 2021–2025.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan

Jensen and Meckling (1976), memaparkan bahwasanya bahwasanya korelasi antara agen dan prinsipal yang bertugas sama-sama memaksimalkan utilitas, dengan alasan percaya bahwasanya agen tidak selalu bertindak dalam kepentingan terbaik dari prinsipal. Asimetri informasi antara manajemen sebagai agent dengan pemilik perusahaan maupun pemerintah sebagai prinsipal membuka ruang bagi manajemen mengambil keputusan operasional maupun finansial yang menguntungkan dirinya sendiri, termasuk dalam pengelolaan kewajiban perpajakan.

Agency theory dalam konteks intensitas modal menjelaskan bahwasanya manajemen menyandang diskresi dalam menentukan besaran investasi pada fixed aset serta metode penyusutan yang dipergunakan keputusan ini bisa dimanfaatkan guna menurunkan laba kena pajak tanpa sepengetahuan penuh prinsipal mengenai motif sesungguhnya di balik keputusan investasi tersebut. Agency theory pada konteks transfer pricing dijelaskan melalui perilaku oportunistik manajemen tercermin dari kebijakan penetapan harga transaksi antar pihak berelasi, asimetri informasi memungkinkan manajemen mengalihkan laba ke entitas afiliasi di negara dengan *tax rates* lebih rendah guna memaksimalkan laba setelah pajak, meskipun praktik tersebut berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara (Komara et al., 2022). Sementara pada *sales growth*, pertumbuhan penjualan yang tinggi meningkatkan visibilitas kinerja perusahaan di mata prinsipal maupun pasar modal, sehingga menciptakan tekanan bagi manajemen guna mempertahankan tingkat laba bersih yang kompetitif; kondisi ini mendorong manajemen memanfaatkan asimetri informasi guna melakukan tax planning yang lebih agresif ketimbang menyerahkan sebagian besar kenaikan laba kotor kepada beban pajak.

Teori Stakeholders

Teori stakeholder memaparkan bahwasanya perusahaan berdiri tidak hanya memenuhi kebutuhan dirinya sendiri, tetapi juga harus memberikan faedah bagi pihak stakeholder (Ghozali & Chariri, 2021). Menurut *stakeholder theory*, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *shareholders*, tetapi juga kepada seluruh pihak yang terdampak oleh aktifitas perusahaan, termasuk pemerintah selaku penerima pajak serta masyarakat selaku penerima manfaat pembangunan yang dibiayai dari penerimaan pajak tersebut (Freeman et al., 2020). Keputusan perusahaan terkait intensitas modal, transfer pricing, maupun respons atas sales

growth dalam praktiknya kerap diorientasikan pada kepentingan pemegang saham serta manajemen memaksimalkan laba setelah pajak, sehingga berpotensi mengorbankan kepentingan stakeholder eksternal (Putri & Anjilni, 2025; Aisyah et al., 2024). Perusahaan dengan intensitas modal tinggi, dapat memanfaatkan biaya penyusutan guna menekan laba kena pajak yang secara langsung mengurangi kontribusi pajak kepada negara, demikian pula transfer pricing yang mengalihkan laba ke yurisdiksi dengan tarif lebih rendah turut mengurangi porsi pajak yang seharusnya diterima pemerintah domestik. Kesuksesan perusahaan semestinya bergantung pada kapabilitasnya menjaga keseimbangan kebutuhan seluruh stakeholder (Harahap, 2020) namun ketika perusahaan lebih memprioritaskan kepentingan internal ketimbang kewajiban kepada stakeholder eksternal, praktik agresivitas pajak menjadi konsekuensi yang berpotensi merugikan pemerintah serta masyarakat luas melalui berkurangnya penerimaan pajak sebagai sumber pembiayaan pembangunan (Mahalistian & Yuliandhari, 2021).

Transfer pricing

Transfer pricing merupakan kebijakan perusahaan guna menentukan harga transaksi antar pihak terkait, meliputi barang, jasa, serta aset lainnya. Menurut Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 Pasal 1 Ayat (8), *transfer pricing* mengacu pada penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang memiliki hubungan khusus. (Aisyah et al., 2024).

Sales growth

Penjualan meningkat berdasarkan perkembangan tingkat penjualan tahunan (Kasmir, 2020). Perusahaan yang sukses bisa beroperasi guna menghasilkan keuntungan. Tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan memengaruhi kapabilitas guna mempertahankan keuntungan di masa depan (Prastowo, 2018)

Profitabilitas

Rasio profitabilitas mencerminkan kapabilitas perusahaan guna menghasilkan laba melalui semua potensi dan sumber daya yang tersedia, termasuk aktifitas penjualan, cash, modal, jumlah karyawan, dan jumlah cabang (Harahap, 2020). Sedangkan Kasmir (2020) menyatakan bahwasanya profitabilitas adalah rasio yang dipergunakan mengevaluasi kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan profit.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh intensitas modal pada agresivitas pajak

Perusahaan dengan intensitas modal yang tinggi menyandang keleluasaan lebih besar dalam menentukan metode penyusutan serta estimasi umur manfaat *fixed aset*, sebagaimana dijelaskan dalam *agency theory*. Keleluasaan ini sulit diawasi sepenuhnya oleh prinsipal karena kompleksitas teknis penilaian aset (Putri & Anjilni, 2025; Munawaroh et al., 2025; Ariani & Asmedi, 2025). Manajemen bisa memanfaatkan keleluasaan tersebut guna memilih metode penyusutan yang dipercepat (*accelerated depreciation*) atau estimasi umur manfaat yang lebih pendek, sehingga biaya penyusutan yang diakui pada periode berjalan menjadi lebih besar dan laba kena pajak tertekan, tanpa memengaruhi arus kas operasional perusahaan secara langsung. Insentif ini semakin besar mengingat depresiasi merupakan *non cash expense* yang legal serta relatif rendah risiko deteksinya oleh otoritas pajak dibanding rekayasa pendapatan. Intensitas modal diperkirakan berdampak positif pada agresivitas pajak (Indriasih & Sulistyowati 2022).

Dugaan tersebut didukung oleh riset Romadhina (2020), Syahrani dan Fathoni (2025), Munawaroh et al. (2025) serta Aljundi & Purwatiningsih (2025) yang mengindikasikan bahwasanya intensitas modal berpengaruh positif pada agresivitas pajak.

H1. Intensitas modal berpengaruh positif pada agresivitas pajak

Pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak

Transfer pricing menjadi instrumen yang menarik bagi manajemen dalam mengoptimalkan laba setelah pajak karena dua alasan utama. Pertama, penetapan harga transaksi antar pihak berelasi bersifat fleksibel bagi manajemen untuk menentukan serta sulit diverifikasi otoritas pajak secara objektif, mengingat *arm's length price* untuk barang atau jasa yang unik maupun terafiliasi sering kali tidak memiliki pembanding pasar yang jelas dimana kondisi asimetri informasi ini konsisten dengan *agency theory*, di mana manajemen menyandang informasi lebih lengkap dibanding prinsipal maupun regulator (Komara et al., 2022). Perusahaan yang beroperasi lintas yurisdiksi dengan tarif pajak berbeda menyandang insentif ekonomi langsung guna mengalihkan laba ke entitas berelasi di negara bertarif rendah, karena penghematan pajak yang diperoleh bersifat material serta legal secara administratif meski berpotensi bertentangan dengan prinsip *substance over form*.

Kombinasi keleluasaan penetapan harga serta insentif penghematan pajak lintas yurisdiksi inilah yang mendorong perusahaan dengan intensitas transaksi berelasi tinggi cenderung memanfaatkan transfer pricing sebagai strategi penghindaran pajak, meskipun berpotensi merugikan pemerintah sebagai penerima pajak (Indriasih & Sulistyowati 2022). Praktik ini memungkinkan perusahaan mengalihkan laba ke yurisdiksi dengan *tax rates* lebih rendah sehingga menekan *tax expense* tanpa mengurangi aktifitas operasional, namun berpotensi merugikan pemerintah sebagai penerima pajak (Mayangsari et al., 2024; Anggraeni et al., 2025). Semakin tinggi intensitas *transfer pricing*, meningkat peluang perusahaan melakukan agresivitas pajak (Wanti et al., 2020). Korelasi tersebut didukung oleh riset Mayangsari et al. (2024), Aisyah et al. (2024), Andini et al. (2025), Anggraeni et al. (2025), serta Situmorang & Setiabudi (2025) yang menemukan bahwasanya *transfer pricing* berdampak positif pada agresivitas pajak melalui mekanisme pengalihan laba ke entitas dengan *tax rates* lebih rendah.

H2. *Transfer pricing* berpengaruh positif pada agresivitas pajak

Pengaruh *sales growth* pada agresivitas pajak

Sales growth menurut *agency theory* dan *stakeholder theory* mencerminkan eskalasi aktifitas operasional yang meningkatkan visibilitas kinerja perusahaan di mata prinsipal, investor, maupun otoritas pajak. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi menghadapi ekspektasi pasar guna mempertahankan tingkat profitabilitas serta net margin yang kompetitif; apabila kenaikan laba kotor akibat *sales growth* diikuti proporsional oleh kenaikan *tax expense*, hal ini bisa menurunkan daya tarik perusahaan di mata investor (Aisyah et al., 2024; Harahap, 2020; Putri & Anjilni, 2025). Kondisi tersebut menstimulasi manajemen memanfaatkan asimetri informasi guna melakukan tax planning yang lebih agresif, dengan tujuan menjaga agar kenaikan laba bersih tidak sepenuhnya tergerus oleh beban pajak yang turut meningkat. Dengan demikian, perusahaan dengan *sales growth* yang tinggi diperkirakan menyandang kecenderungan lebih besar melakukan agresivitas pajak (Maghfiroh & Yunita 2024). Dugaan tersebut didukung oleh riset Apriyadi & Syahputra (2025), Wati & Jelanti (2025), serta Ariani & Asmedi, (2025) yang menemukan bahwasanya *sales growth* berpengaruh positif pada agresivitas pajak.

H3. *Sales growth* berpengaruh positif pada agresivitas pajak

Pengaruh intensitas modal pada agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai moderasi.

Profitabilitas diperkirakan memperkuat pengaruh intensitas modal pada agresivitas pajak. Mengacu pada *bonus plan hypothesis*, manajer perusahaan dengan laba tinggi memiliki insentif lebih besar guna mempertahankan performa laba tersebut, sehingga cenderung mengoptimalkan biaya penyusutan fixed aset secara lebih agresif guna menurunkan laba kena pajak tanpa mengurangi laba bersih yang dilaporkan (Yunita & Amin, 2023; Noviani et al., 2024). Meskipun perusahaan yang lebih menguntungkan turut berada di bawah supervisi publik serta regulator yang lebih ketat (Mayangsari et al., 2024). Berdasar pada *bonus plan hypothesis*, semakin besar laba yang harus dipertahankan, semakin besar pula dorongan manajemen memanfaatkan celah dalam kebijakan transfer pricing, meskipun tetap berada dalam supervisi publik serta regulator. Insentif manajerial guna mempertahankan laba umumnya lebih dominan ketimbang tekanan pengawasan tersebut, sehingga profitabilitas diperkirakan memperkuat korelasi positif antara intensitas modal serta agresivitas pajak. Dugaan tersebut didukung oleh riset Mayangsari et al, (2024) serta Novitasari et al. (2025).

H4. Profitabilitas memoderasi intensitas modal pada agresivitas pajak

Pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai moderasi

Profitabilitas diperkirakan turut memperkuat pengaruh transfer pricing pada agresivitas pajak. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menghadapi eksposur pajak yang lebih besar, sehingga menyandang insentif lebih besar guna mengoptimalkan transfer pricing sebagai instrumen mengalihkan laba ke entitas dengan tax rates lebih rendah, guna mempertahankan laba setelah pajak yang kompetitif (Yunita & Amin, 2023; Noviani et al., 2024). Meskipun perusahaan yang lebih menguntungkan turut berada di bawah supervisi publik serta regulator yang lebih ketat (Mayangsari et al., 2024). Berdasar pada *bonus plan hypothesis*, semakin besar laba yang harus dipertahankan, semakin besar pula dorongan manajemen memanfaatkan celah dalam kebijakan transfer pricing, meskipun tetap berada dalam supervisi publik serta regulator. Dugaan tersebut didukung oleh Mayangsari et al, (2024) serta Novitasari et al. (2025) yang mengindikasikan bahwasanya profitabilitas bisa memperkuat pengaruh karakteristik operasional perusahaan pada agresivitas pajak.

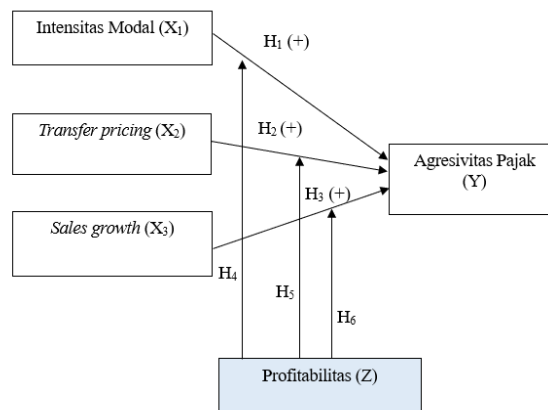
H5. Profitabilitas memoderasi *transfer pricing* pada agresivitas pajak.

Pengaruh *sales growth* pada agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai moderasi

Pertumbuhan penjualan yang tinggi umumnya diikuti eskalasi laba serta tax expense dimana pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi, tekanan mempertahankan net margin yang kompetitif menjadi lebih besar, sehingga mendorong manajemen memanfaatkan momentum sales growth guna melakukan tax planning yang lebih agresif dibanding perusahaan dengan profitabilitas rendah. Meskipun demikian, perusahaan tetap dituntut menjaga transparansi serta legitimasi di hadapan stakeholder (Putri & Anjilni, 2025), namun insentif mempertahankan laba bersih yang tinggi cenderung mendominasi pertimbangan tersebut. Dengan demikian, profitabilitas diperkirakan memperkuat korelasi positif antara sales growth serta agresivitas pajak (Ariani & Asmedi, 2025). Dugaan tersebut didukung oleh riset Apriyadi & Syahputra (2025) serta Wati & Jelanti (2025).

H6. Profitabilitas memoderasi *sales growth* pada agresivitas pajak.

Berdasar pada paparan di atas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini bisa digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual
Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini (2026)

METODE

Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Populasi penelitian terdiri atas perusahaan consumer goods industry yang listed di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Penentuan sampel dilakukan mempergunakan teknik sampling jenuh (saturated sampling) dengan kriteria sebagai berikut: (1) perusahaan kelompok consumer goods industry yang selama lima tahun berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2025, serta (2) perusahaan yang memiliki data lengkap berkaitan dengan variabel penelitian. Proses seleksi sampel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan kelompok perusahaan consumer good industry yang selama lima tahun berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2025.	38
Perusahaan consumer good industry yang tidak memiliki data lengkap berkaitan dengan variabel diteliti	(3)
Jumlah tahun pengamatan	5
Jumlah sampel data penelitian (5 tahun × 35 perusahaan)	175

Sumber: Data BEI, diolah (2026)

Berdasar pada kriteria tersebut, diperoleh 35 perusahaan yang memenuhi syarat sebagai sampel penelitian, dengan total 175 data observasi (35 perusahaan × 5 tahun pengamatan). Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi annual report perusahaan. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi annual report perusahaan. Agresivitas pajak diukur mempergunakan *Effective Tax Rate* (ETR), *capital intensity* mempergunakan *Capital Intensity Ratio* (CIR), *transfer pricing* mempergunakan rasio piutang pihak berelasi pada total piutang, *sales growth* mempergunakan pertumbuhan penjualan tahunan, serta profitabilitas mempergunakan *Return on Assets* (ROA). Berikut ini dijelaskan pengukuran variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Agresivitas Pajak (Y)	Agresivitas pajak diukur mempergunakan <i>Effective Tax Rate</i> (ETR), yang mencerminkan proporsi beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak suatu perusahaan. Semakin rendah nilai ETR, semakin tinggi indikasi praktik agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan $ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$	Mayangsari et al. (2024); Aisyah et al. (2024); Situmorang & Setiabudi (2025); Apriyadi & Syahputra (2025); Ariani & Asmedi (2025) dan Syahrani & Fathoni (2025)
Intensitas Modal (X ₁)	Intensitas modal diukur mempergunakan <i>Capital Intensity Ratio</i> (CIR), yang mencerminkan proporsi aset tetap terhadap total aset perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar investasi perusahaan pada aset tetap yang berpotensi menghasilkan biaya penyusutan sebagai pengurang laba kena pajak $\text{Intensitas Modal} = \frac{\text{Total aset tetap}}{\text{Total aset}}$	Apriyadi & Syahputra (2025)

Transfer Pricing (X_2)	Transfer pricing diukur mempergunakan rasio piutang kepada pihak berelasi terhadap total piutang perusahaan, sebagai proksi atas intensitas transaksi antar pihak berelasi yang berpotensi dimanfaatkan guna mengalihkan laba	Anggraeni et al. (2025) dan Fitriani et al. (2021)
Sales Growth (X_3)	Sales growth diukur mempergunakan tingkat pertumbuhan penjualan tahunan, yang mencerminkan perubahan penjualan perusahaan pada periode berjalan dibanding periode sebelumnya $\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$	Syahrani & Fathoni (2025)
Profitabilitas (M)	Profitabilitas diukur mempergunakan <i>Return on Asset</i> (ROA), yang mencerminkan kapabilitas perusahaan menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki $\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Sawir (2020)

Analisis data mempergunakan regresi linier berganda serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) berbantuan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 + \epsilon$$

Keterangan:

$\hat{Y}$: agresivitas pajak

a : Konstanta

$\beta_{1,2,3}$: Koefisien regresi

X_1 : Intensitas modal

X_2 : *Transfer pricing*

X_3 : *Sales growth*

ϵ : epsilon (kesalahan pengganggu/*disturbance error*)

Sedangkan persamaan *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh intensitas modal terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai moderasi

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X + \beta_2 M + \beta_3 XM + e$$

Keterangan

$\hat{Y}$ = agresivitas pajak

a = konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = koefisien regresi

X = Intensitas modal

M = Profitabilitas

XM = Interaksi intensitas modal dan profitabilitas.

e = epsilon

- b. Pengaruh *transfer pricing* terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X + \beta_2 M + \beta_3 XM + e$$

Keterangan

$\hat{Y}$ = agresivitas pajak

a = konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = koefisien regresi

X = *transfer pricing*

M = profitabilitas

XM = Interaksi *transfer pricing* dan profitabilitas.

e = epsilon

- c. Pengaruh *sales growth* terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X + \beta_2 M + \beta_3 XM + e$$

Keterangan

$\hat{Y}$ = agresivitas pajak

a = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

X = *Sales growth*

M = Profitabilitas

XM = Interaksi *sales growth* dan variabel profitabilitas.

e = epsilon

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil data analysis serta pembahasan mengenai dampak intensitas modal, transfer pricing, serta *sales growth* pada agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Pembahasan dilakukan berdasar pada hasil pengujian statistik serta dikaitkan dengan teori serta kajian terdahulu.

Deskripsi Statistik

Tabel 3. Deskripsi Statistik

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensitas Modal	175	0.010	0.855	0.34417	0.182729
Transfer pricing	175	0.000	0.740	0.31685	0.116384
Sales growth	175	-.0990	0.819	0.08250	0.256975
Profitabilitas	175	-0.949	0.654	0.07003	0.156338
Agresivitas Pajak	175	-0.873	0.953	0.16546	0.241215

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS (2026)

Berdasar pada Tabel 3, rata-rata variabel intensitas modal 0,344 dengan standar deviasi 0,183, mengindikasikan secara rata-rata perusahaan consumer goods industry mengalokasikan sekitar 34,4% dari total asetnya pada aset tetap, dengan variasi yang relatif moderat antar perusahaan. Variabel transfer pricing menyandang rentang nilai yang cukup lebar, dari 0,000 hingga 0,740, dengan rata-rata 0,317 serta standar deviasi 0,116 mengindikasikan variasi intensitas transaksi pihak berelasi yang tinggi antar perusahaan. Variabel *sales growth* memiliki rata-rata sebesar 0,083 mengindikasikan secara umum perusahaan masih mencatatkan pertumbuhan penjualan positif, meskipun terdapat perusahaan yang mengalami penurunan penjualan pada periode tertentu. Variabel profitabilitas memiliki rata-rata ROA 0,070 dengan standar deviasi 0,156 mengindikasikan adanya perusahaan yang mengalami kerugian bersih dalam skala besar relatif terhadap total asetnya pada tahun tertentu, yang turut berkontribusi pada tingginya variasi data profitabilitas dalam sampel penelitian. Variabel agresivitas pajak yang diukur mempergunakan ETR memiliki rata-rata sebesar 0,165 dengan standar deviasi 0,241, serta rentang nilai dari -0,873 hingga 0,953. Nilai ETR negatif pada beberapa observasi mengindikasikan adanya perusahaan yang memperoleh manfaat pajak (tax benefit) meskipun mencatatkan laba sebelum pajak yang positif, sementara nilai ETR mendekati 1 pada observasi lain mengindikasikan beban pajak yang proporsinya mendekati atau melebihi laba sebelum pajak.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, seluruh asumsi klasik diuji guna memastikan validitas model regresi. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov mengindikasikan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($> 0,05$), sehingga data residual dinyatakan terdistribusi normal. Konfirmasi visual melalui grafik histogram serta normal P-Plot juga mendukung kesimpulan tersebut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Keterangan	Nilai
N	175
Test Statistic (K-S)	0,056
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Kesimpulan	Data Terdistribusi Normal

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS (2026)

Uji multikolinearitas mengindikasikan nilai *tolerance* guna intensitas modal, *transfer pricing*, serta *sales growth* masing-masing sebesar 0,874; 0,850; serta 0,903 ($> 0,10$), dengan VIF sebesar 1,144; 1,176; serta 1,108 (< 10), sehingga tidak ditemukan masalah multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Intensitas Modal	0,874	1,144
Transfer Pricing	0,850	1,176
<i>Sales growth</i>	0,903	1,108

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS (2026)

Uji Durbin-Watson menghasilkan nilai DW sebesar 1,883, berada pada rentang $du < DW < 4-du$ ($1,7877 < 1,883 < 2,2123$), sehingga model bebas dari autokorelasi. Uji heteroskedastisitas melalui grafik *scatterplot* mengindikasikan titik-titik menyebar secara acak di atas serta di bawah angka 0, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi berganda dilakukan guna menguji pengaruh intensitas modal, *transfer pricing*, serta *sales growth* pada agresivitas pajak. Hasil estimasi model disajikan pada Tabel 3.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	B	β	t	Sig.
(Constant)	-0,266	-	-6,710	0,000
Intensitas Modal	0,142	0,099	1,297	0,196
Transfer Pricing	0,114	0,214	2,772	0,006
<i>Sales growth</i>	0,204	0,201	2,676	0,008
F hitung	9,810		Sig.	0,000
Adjusted R ²	0,132			

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS (2026)

Persamaan regresi yang terbentuk adalah: $Y = -0,266 + 0,142X_1 + 0,114X_2 + 0,204X_3 + \varepsilon$. Model dinilai fit berdasar pada nilai Fhitung sebesar 9,810 $> F_{tabel} 2,66$ (sig. 0,000 $< 0,05$). Nilai Adjusted R² sebesar 0,132 mengindikasikan bahwasanya ketiga variabel independen secara bersama-sama bisa memaparkan 13,2% variasi agresivitas pajak, sedangkan 86,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Hasil uji t mengindikasikan bahwasanya intensitas modal tidak berpengaruh pada agresivitas pajak (thitung 1,297 $< t_{tabel} 1,97$; sig. 0,196 $> 0,05$), sehingga **hipotesis pertama ditolak**. Sebaliknya, *transfer pricing* berpengaruh positif pada agresivitas pajak (thitung 2,772 $> t_{tabel} 1,97$; sig. 0,006 $< 0,05$), sehingga **hipotesis kedua diterima**. *Sales growth* juga berpengaruh positif pada agresivitas pajak (thitung 2,676 $> t_{tabel} 1,97$; sig. 0,008 $< 0,05$), sehingga **hipotesis ketiga diterima**.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Pengujian MRA dilakukan guna mengetahui peran moderasi profitabilitas pada korelasi antara masing-masing variabel independen serta agresivitas pajak. Hasil analisis disajikan Tabel 4.

Tabel 7. Hasil Analisis Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel	B	β	t	Sig.
(Constant)	-0,254	-	-6,041	0,000
Intensitas Modal	0,063	0,044	0,557	0,578
Transfer Pricing	0,119	0,225	2,767	0,006
<i>Sales growth</i>	0,138	0,136	1,668	0,097
Profitabilitas	0,004	0,002	0,015	0,988
Interaksi Intensitas Modal_ Profitabilitas	0,445	0,139	0,695	0,488
Interaksi Transfer Pricing_ Profitabilitas	-0,543	-0,253	-1,935	0,055
Interaksi <i>Sales growth</i> _ Profitabilitas	1,162	0,296	2,874	0,005

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS (2026)

Hasil MRA mengindikasikan bahwasanya profitabilitas tidak bisa memoderasi pengaruh intensitas modal pada agresivitas pajak (thitung 0,695 < ttabel 1,97; sig. 0,488 > 0,05), sehingga **hipotesis keempat ditolak**. Profitabilitas juga tidak bisa memoderasi pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak (thitung -1,935 > -ttabel -1,97; sig. 0,055 > 0,05), sehingga **hipotesis kelima ditolak**. Satu-satunya moderasi yang terbukti signifikan adalah profitabilitas memperkuat pengaruh *sales growth* pada agresivitas pajak (thitung 2,874 > ttabel 1,97; sig. 0,005 < 0,05), sehingga **hipotesis keenam diterima**.

Pembahasan

Pengaruh Intensitas Modal pada Agresivitas Pajak

Hasil riset mengindikasikan bahwasanya intensitas modal tidak berpengaruh pada agresivitas pajak pada perusahaan consumer goods industry yang listed di BEI periode 2021–2025. Temuan ini mengindikasikan besar kecilnya investasi pada fixed aset tidak secara langsung menstimulasi tindakan agresivitas pajak. Hasil ini belum sepenuhnya sejalan dengan *Agency Theory*, yang memprediksi bahwasanya manajemen akan mengoptimalkan berbagai instrumen termasuk depresiasi fixed aset guna menekan *tax expense*.

Tidak signifikannya pengaruh ini bisa dijelaskan dari beberapa aspek teknis perpajakan. Pertama, umur ekonomis aset tetap pada perusahaan *consumer goods* umumnya cukup panjang (misalnya bangunan pabrik serta mesin produksi), sehingga beban penyusutan tahunan yang diakui relatif kecil dibanding skala laba perusahaan, dan faedah pajak dari depresiasi tidak cukup material memengaruhi ETR secara signifikan. Kedua, metode penyusutan yang dipergunakan sebagian besar perusahaan cenderung memakai metode garis lurus (*straight-line method*) yang bersifat proporsional serta stabil dari tahun ke tahun, berbeda dengan metode dipercepat (*accelerated depreciation*) yang bisa menghasilkan penghematan pajak lebih besar di tahun-tahun awal. Ketiadaan variasi metode penyusutan yang agresif antar perusahaan turut menjelaskan mengapa intensitas modal tidak menunjukkan dampak yang konsisten pada agresivitas pajak. Ketiga, insentif pajak atas investasi aset tetap di Indonesia seperti fasilitas *tax allowance* maupun *tax holiday* yang diatur pemerintah umumnya disyaratkan pada sektor maupun kriteria investasi tertentu, sehingga

tidak seluruh perusahaan *consumer goods* dapat memanfaatkannya secara merata dimana kondisi ini turut membatasi ruang perusahaan guna menekan laba kena pajak semata-mata melalui besaran investasi aset tetap. Kondisi ini juga konsisten dengan *Stakeholder Theory*, yang menekankan bahwasanya perusahaan perlu menjaga kepercayaan pemangku kebutuhan melalui kepatuhan perpajakan yang wajar (Munawaroh et al., 2025). Temuan ini konsisten dengan riset Putri & Anjilni (2025) serta Sugihyanty & Wijayanti (2025) yang juga membuktikan bahwasanya intensitas modal tidak berpengaruh pada agresivitas pajak.

Pengaruh Transfer Pricing pada Agresivitas Pajak

Transfer pricing terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada agresivitas pajak. Semakin tinggi aktifitas transaksi dengan pihak berelasi yang mencerminkan praktik *transfer pricing*, maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak. Temuan ini mendukung *Agency Theory*, yang memaparkan bahwasanya manajemen menyandang insentif guna memaksimalkan efisiensi pajak, salah satunya melalui pengalokasian laba ke entitas afiliasi bertax rates lebih rendah (Mayangsari et al., 2024). Dalam perspektif *Stakeholder Theory*, strategi ini bisa dipandang sebagai upaya perusahaan menjaga profitabilitas di hadapan investor, meskipun berisiko menimbulkan konflik dengan otoritas perpajakan. Pada perusahaan *consumer goods*, aktifitas transaksi afiliasi seperti penjualan antarpihak berelasi serta pengadaan bahan baku relatif intensif, sehingga membuka besarnya peluang bagi praktik *transfer pricing* sebagai instrumen efisiensi pajak (Rahman, 2021; Andini et al., 2025). Hasil ini selaras dengan riset Mayangsari et al. (2024), Aisyah et al. (2024), Andini et al. (2025), (Andini et al., 2025), serta Situmorang & Setiabudi (2025) yang secara konsisten membuktikan pengaruh positif *transfer pricing* pada agresivitas pajak.

Pengaruh Sales growth pada Agresivitas Pajak

Sales growth terbukti berpengaruh positif pada agresivitas pajak. Pertumbuhan penjualan yang meningkat menstimulasi kenaikan laba, yang pada gilirannya memperbesar kewajiban pajak perusahaan serta memotivasi manajemen guna melakukan tax planning secara lebih agresif. Temuan ini didukung oleh *Agency Theory* dimana manajemen sebagai agen berupaya menjaga kinerja keuangan di hadapan shareholders dengan meminimalkan *tax expense* seiring meningkatnya laba (Putri & Anjilni, 2025). Hal ini juga sejalan dengan *Stakeholder Theory*, di mana perusahaan berusaha memenuhi ekspektasi pemangku kebutuhan melalui pencapaian laba optimal termasuk melalui efisiensi pajak (Wati & Jelanti, 2025). Pada sektor *consumer goods*, tingginya pertumbuhan penjualan mencerminkan ekspansi pasar yang memberi motivasi lebih besar bagi perusahaan guna melindungi laba bersih melalui strategi agresivitas pajak (Aisyah et al., 2024; Apriyadi & Syahputra, 2025). Temuan ini konsisten dengan Apriyadi & Syahputra (2025), Wati & Jelanti (2025), serta Ariani & Asmedi, (2025) yang menemukan bukti empiris bahwasanya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada agresivitas pajak.

Profitabilitas sebagai Moderasi Pengaruh Intensitas Modal pada Agresivitas Pajak

Profitabilitas tidak terbukti bisa memoderasi korelasi antara intensitas modal serta agresivitas pajak. Tinggi rendahnya profitabilitas tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh investasi fixed aset pada kecenderungan agresivitas pajak perusahaan. Hasil ini belum sepenuhnya mendukung prediksi *Agency Theory* yang mengasumsikan perusahaan berprofit tinggi akan lebih aktif mengoptimalkan depresiasi fixed aset sebagai instrumen penghematan pajak. Dalam konteks *consumer goods*, perusahaan tampaknya memprioritaskan kepatuhan perpajakan atas

penyusutan fixed aset yang telah diatur secara jelas dalam regulasi, sehingga ruang guna memanipulasi pajak melalui intensitas modal menjadi terbatas meskipun profitabilitas tinggi. Perspektif *Stakeholder Theory* menguatkan temuan ini bahwasanya perusahaan berprofit tinggi justru cenderung lebih berhati-hati dalam menjaga reputasi di mata pemangku kebutuhan (Andini et al., 2025; Nirwasita et al., 2024). Temuan ini konsisten dengan Rahman et al. (2025) serta Nirwasita et al. (2024) yang menyimpulkan bahwasanya profitabilitas tidak berhasil memoderasi korelasi intensitas modal dengan agresivitas pajak.

Profitabilitas sebagai Moderasi Pengaruh Transfer Pricing pada Agresivitas Pajak

Profitabilitas juga tidak terbukti memoderasi pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tampaknya tidak dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas dalam korelasinya dengan agresivitas pajak. Kondisi ini bisa dipahami karena praktik *transfer pricing* lebih ditentukan oleh struktur afiliasi serta kebijakan internal perusahaan dibandingkan fluktuasi profitabilitas. Perusahaan yang menyandang entitas berelasi tetap menjalankan transaksi afiliasi dalam berbagai kondisi profitabilitas. Selain itu, supervisi otoritas perpajakan pada transaksi *transfer pricing* yang semakin ketat pada perusahaan *consumer goods* menyebabkan perusahaan cenderung lebih berhati-hati, sehingga profitabilitas tidak menjadi determinan dalam korelasi ini. Dalam perspektif *Stakeholder Theory*, perusahaan berprofit tinggi justru lebih menjaga citra serta kredibilitas di mata publik. Temuan ini mendukung riset Suyanto & Sujannah (2021) yang juga membuktikan tidak adanya peran moderasi profitabilitas pada korelasi *transfer pricing* dan agresivitas pajak.

Profitabilitas sebagai Moderasi Pengaruh Sales growth pada Agresivitas Pajak

Profitabilitas terbukti memperkuat pengaruh *sales growth* pada agresivitas pajak. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi yang disertai tingkat profitabilitas tinggi cenderung mengindikasikan agresivitas pajak yang lebih besar. Temuan ini mendukung *Agency Theory*: ketika pertumbuhan penjualan menghasilkan laba yang meningkat, manajemen menghadapi tekanan pajak yang semakin tinggi, sehingga terdorong guna menerapkan strategi efisiensi pajak yang lebih intensif. *Stakeholder Theory* turut memperkuat argumen ini karena perusahaan dengan kinerja penjualan serta profitabilitas tinggi menyandang motivasi lebih besar guna mempertahankan laba bersih melalui pengelolaan pajak yang lebih agresif. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional perusahaan, sehingga eskalasi penjualan dikonversi menjadi laba yang lebih besar serta sekaligus menstimulasi insentif penghematan pajak. Temuan ini dikuatkan oleh Andini et al. (2025) serta Manik & Darmansyah (2022) yang mengindikasikan bahwasanya perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung mengoptimalkan pertumbuhan penjualan guna mengelola *tax expenseny* secara lebih agresif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil riset mengindikasikan bahwasanya transfer pricing serta *sales growth* merupakan faktor yang meningkatkan agresivitas pajak, sedangkan intensitas modal tidak berdampak pada agresivitas pajak pada perusahaan *consumer goods industry* yang listed di BEI periode 2021–2025. Profitabilitas juga tidak terbukti memoderasi pengaruh intensitas modal maupun transfer pricing pada agresivitas pajak. Sebaliknya, profitabilitas bisa memperkuat dampak *sales growth*

pada agresivitas pajak, yang mengindikasikan bahwasanya perusahaan dengan pertumbuhan penjualan serta tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung menyandang kecenderungan lebih besar dalam melakukan strategi agresivitas pajak. Riset ini menyandang keterbatasan pada jumlah sample serta periode observasi yang relatif terbatas sehingga hasilnya belum bisa digeneralisasi secara luas.

Implikasi Teoritis

Riset ini memberikan kontribusi pada pengembangan *Agency Theory* serta *Stakeholder Theory* dalam konteks perpajakan, khususnya bahwasanya kedua teori tersebut tidak selalu berlaku seragam pada setiap determinan agresivitas pajak. Temuan bahwasanya intensitas modal tidak berpengaruh signifikan mengindikasikan bahwasanya keleluasaan manajerial (*managerial discretion*) yang diprediksi *Agency Theory* memiliki batasan praktis, terutama pada instrumen yang telah diatur secara ketat oleh regulasi perpajakan seperti mekanisme penyusutan aset. Sebaliknya, dukungan kuat terhadap pengaruh transfer pricing serta sales growth serta peran moderasi profitabilitas pada *sales growth* memperkuat relevansi *bonus plan hypothesis* dalam menjelaskan perilaku manajemen yang berorientasi mempertahankan kinerja laba melalui strategi perpajakan. Riset ini juga memperkaya literatur dengan menunjukkan peran moderasi profitabilitas bersifat kontekstual, tidak berlaku merata pada seluruh variabel independen.

Implikasi Praktis

Bagi manajemen perusahaan emiten *consumer goods industry*, temuan riset ini mengindikasikan pentingnya kehati-hatian dalam mengelola praktik *transfer pricing* serta strategi perpajakan seiring pertumbuhan penjualan, mengingat kedua faktor tersebut terbukti berkorelasi dengan agresivitas pajak yang berpotensi menimbulkan risiko sengketa maupun sanksi perpajakan di kemudian hari. Bagi investor serta analis, tingkat profitabilitas serta pertumbuhan penjualan perusahaan bisa dijadikan salah satu indikator tambahan guna menilai potensi eksposur risiko perpajakan suatu perusahaan, terutama dalam konteks due diligence maupun analisis kepatuhan.

Implikasi Kebijakan

Bagi otoritas perpajakan, temuan mengenai signifikannya pengaruh *transfer pricing* pada agresivitas pajak mengindikasikan perlunya penguatan pengawasan serta ketentuan dokumentasi transfer pricing (*transfer pricing documentation*) khususnya pada perusahaan *consumer goods industry* yang memiliki intensitas transaksi afiliasi tinggi. Selain itu, otoritas pajak turut perlu mencermati perusahaan dengan pertumbuhan penjualan serta profitabilitas tinggi secara bersamaan, mengingat kombinasi kedua faktor tersebut terbukti meningkatkan kecenderungan agresivitas pajak, guna memastikan kepatuhan perpajakan yang optimal tanpa menghambat pertumbuhan usaha yang sehat.

Saran

Berdasar pada hasil riset, perusahaan emiten diharapkan memperkuat tata kelola perpajakan, khususnya dalam pengelolaan transaksi pihak berelasi (*transfer pricing*) serta pertumbuhan penjualan, agar strategi efisiensi pajak tetap sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Regulator juga perlu meningkatkan supervisi pada transaksi afiliasi guna meminimalkan praktik agresivitas pajak. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengembangkan model riset dengan menambahkan variabel seperti *firm size*, *leverage*, kepemilikan perusahaan nonal, *corporate social responsibility* (CSR), atau *good corporate governance* (GCG),

serta mempergunakan sektor industri atau periode riset yang berlainan agar diperoleh wawasan yang lebih komprehensif berkaitan faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, P., Adib, N., & Rahmanti, V. N. (2024). Does transfer pricing, sales growth, and capital intensity affect tax aggressiveness? *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 14(2), 459–476. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i2.34230>
- Aljundi, M. A., & Purwatiningsih. (2025). Pengaruh capital intensity, inventory intensity, dan transfer pricing terhadap agresivitas pajak. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 904–914.
- Andini, N. A., Zakaria, A., & Sumiati, A. (2025). Pengaruh transfer pricing, intensitas aset tetap, dan pertumbuhan penjualan terhadap agresivitas pajak dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 4517–4535. <https://doi.org/10.62710/q24edv20>
- Anggraeni, A. F., Zai, E., & Roswinna, W. (2025). Transfer pricing, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak: studi pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 421–437. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i2.25930>
- Apriyadi, R., & Syahputra, A. (2025). Pengaruh komisaris independen, intensitas modal dan sales growth terhadap agresivitas pajak: Studi empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 439–452. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i2.737>
- Ariani, A., & Asmedi, S. (2025). Pengaruh sales growth, capital intensity dan Kebijakan utang terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(5), 83–91. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i5.1291>
- Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 1–19. <https://doi.org/10.1177/0007650318773750>
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2021). *Teori Akuntansi*. BP. UNDIP.
- Harahap, S. S. (2020). *Teori Akuntansi*. Rajawali Pers.
- Hendrastuti, R., & Harahap, R. F. (2023). Agency theory: Review of the theory and current research. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 10(1), 85. <https://doi.org/10.17977/um004v10i12023p085>
- Indriasih, D., & Sulistyowati, W. A. (2022). The Role of Commitment, Competence, Internal Control system, Transparency and Accessibility in Predicting the Accountability of Village Fund Management. *The Indonesian Accounting Review*, 12(1), 73–85.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). The Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economics*, 3, 305–360.
- Kasmir. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Komara, V., Kurniawan, & Yonata, H. (2022). Pengaruh Transfer Pricing, Corporate Governance, Corporate Social Responsibility (CSR), Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4900–4916.
- Maghfiroh, K., & Yunita, E. A. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, Asimetri Informasi dan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Modal Intelektual. *JABKO: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Kontemporer*, 5(1), 87–101.
- Mahalistian, I., & Yuliandhari, W. I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Agresivitas Pajak, dan Slack Resources terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 479–488.
- Manik, J., & Darmansyah. (2022). Determinan penghindaran pajak dengan profitabilitas sebagai

- pemoderasi pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 9(2), 146–158. <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.12>
- Mayangsari, S. R., Rusydi, M. K., & Amirya, M. (2024). ESG disclosure: Moderating thin capitalization, transfer pricing and tax aggressiveness. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 14(3), 570–585. <https://doi.org/10.22219/jrak.v14i2.34230>
- Munawaroh, Miswaty, & Sari, D. K. (2025). Pengaruh intensitas modal, return on asset, dan debt to asset ratio terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di BEI Periode 2021-2023. *Jurnal GeoEkonomi*, 16(2), 495–504. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v16i2.642>
- Nirwasita, Durya, N. P. M. A., & Purwanto. (2024). Pengaruh Capital Intensity terhadap Penghindaran Pajak dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 13190–13203. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.13873>
- Noviani, Y., Mubarak, A., & Yunita, E. A. (2024). The Influence of Company Growth, Profitability, and Free Cash Flow on Company Value with Dividend Policy as Moderating Variable (An Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018-2020). *International Conference On Global Innovation And Trends In Economics And Business (ICOBIS)*, 1(1), 1–12.
- Novitasari, M., Srikalimah, & Munari. (2025). Peran profitability sebagai moderasi: Sales growth, transfer pricing, capital intensity dan tax avoidance. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(2), 1569–1581. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2712>
- Prastowo, D. (2018). *Analisis Laporan Keuangan Konsep Dan Aplikasi Yogyakarta*. UPP STIM YKPN.
- Putri, I. F., & Anjilni, R. Q. (2025). Pengaruh intensitas modal, ukuran perusahaan, dan sales growth terhadap agresivitas pajak. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 2(1), 103–120. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i1.860>
- Rahman, H. A. (2021). Agresivitas pajak dan faktor-faktor yang memengaruhinya. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(2), 192–206.
- Rahman, S. A., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2025). Pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Likuiditas dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Agresivitas Pajak Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(2), 132–151. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i2.768>
- Rahmatika, N. (2026). *Sektor Industri dengan Kontribusi Terbesar ke Penerimaan Pajak*. Pajakku. <https://artikel.pajakku.com/sektor-industri-dengan-kontribusi-terbesar-ke-penerimaan-pajak>
- Romadhina, A. P. (2020). Pengaruh komisaris independen, intensitas modal, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak perusahaan jasa yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 286–298.
- Situmorang, R., & Setiabudi, A. W. (2025). The effect of transfer pricing, profitability, and fixed asset intensity on tax aggressiveness with audit committee as moderating variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2), 3622–3642. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6217>
- Sugihyanty, E., & Wijayanti, D. (2025). Pengaruh intensitas modal, komisaris independen dan return on asset terhadap agresivitas pajak pada perusahaan food and beverages. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 10(2), 255–261. <https://doi.org/10.35968/jbau.v10i2.1532>
- Suyanto, & Sujannah, E. (2021). Leverage, Kepemilikan Perusahaan, Dan Transfer Pricing, Penghindaran Pajak: Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 66–74. <https://doi.org/10.55587/jla.v1i1.3>
- Syahrani, A. P. A., & Fathoni, M. I. (2025). The influence of sales growth and capital intensity on

- tax aggressiveness. *International Journal of Science and Society*, 7(1), 42–59.
<https://doi.org/10.54783/ijssoc.v7i1.1358>
- Wanti, S. N. M., Indriasih, D., & Fajri, A. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Sukarela (Voluntary Disclosure). *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 12(1), 74–86.
- Wati, S. M., & Jelanti, D. (2025). Pengaruh sales growth dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak dengan komisaris independen sebagai variabel moderasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 352–364. <https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.11360>
- Yunita, E. A., & Amin, M. A. N. (2023). Pengaruh Laba Rugi Perusahaan, Prediksi Kebangkrutan, Dan Jenis Industri Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(2), 1–11.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i2.1868>
- Zoebar, M. K. Y., & Miftah, D. (2020). Pengaruh corporate social responsibility, capital intensity dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 7(1), 25–40. <https://doi.org/10.25105/jmat.v7i1.6315>