

Pengaruh Beban Iklan, Harga Transfer Dan Volatilitas Harga Saham Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Alisya Athalia

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nera Marinda Machdar

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Alamat: Jl. Raya Perjuangan No.81 , RT.003/RW.002 17143 Kota Bekasi Jawa Barat

Email : 202110315024@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrac. *Tax aggressiveness is an effort to reduce tax burdens, whether through legal or illegal means. This research investigates the relationship between Advertising Expenses, Transfer Pricing, Stock Price Volatility on Tax Aggressiveness with Company Size as a Moderating Variable. The study employs descriptive statistical analysis with a quantitative approach. The findings indicate that Advertising Expenses negatively influence Tax Aggressiveness, while Transfer Pricing and Stock Price Volatility have a positive impact on Tax Aggressiveness. Additionally, Company Size strengthens the influence of Transfer Pricing on Tax Aggressiveness. Company Size weakens the impact of Advertising Expenses and Stock Price Volatility on Tax Aggressiveness.*

Keywords : *Tax Aggressiveness, Advertising Load, Transfer Price, Stock Price Volatility, and Company Size.*

Abstrak. Agresivitas pajak adalah upaya untuk mengurangi beban pajak, baik dengan cara-cara yang sesuai dengan hukum maupun yang melanggar hukum. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara *Beban Iklan, Harga Transfer, Volatilitas Harga Saham* terhadap *Agresivitas Pajak* dengan *Ukuran Perusahaan* sebagai *Variabel Moderasi*. Penelitian ini menerapkan analisis statistik deskriptif dengan pendekatan berbasis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Beban Iklan* memiliki pengaruh negatif terhadap *Agresivitas Pajak*, Sementara *Harga Transfer, Volatilitas Harga Saham* memiliki pengaruh positif terhadap *Agresivitas Pajak*. Serta *Ukuran Perusahaan* memperkuat pengaruh *Harga Transfer* terhadap *Agresivitas Pajak*. *Ukuran Perusahaan* memperlemah pengaruh *Beban Iklan* dan *Volatilitas harga Saham* terhadap *Agresivitas Pajak*.

Kata Kunci: *Agresivitas Pajak, Beban Iklan, Harga Transfer, Volatilitas Harga Saham, dan Ukuran Perusahaan.*

Latar Belakang

Perkembangan saat ini akan terus mempengaruhi cara pemerintah merancang dan menerapkan pajak. Banyak perusahaan mencari cara legal untuk mengikuti praktik perpajakan yang sah dan etis serta mengoptimalkan kewajiban perpajakan mereka.

Menurut (Ambasari, 2018; dan Putranto et al., 2023) Agresivitas pajak adalah upaya untuk mengurangi beban pajak, baik dengan cara-cara yang sesuai dengan hukum maupun yang melanggar hukum (Salsabila, 2023).

Secara kenyataannya, perusahaan bermaksud melakukan segala cara untuk menjaga pajak yang dibayarkan serendah mungkin. (Ghaisani, 2020). Salah satu kejadiannya terjadi pada tahun 2013 di PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Perpajakan yang agresif diperkirakan mengakibatkan kerugian hingga Rp 68,7 triliun bagi Negara Republik Indonesia. "The State of Tax Justice", laporan tahun 2020 dari Tax Justice Network Menurut laporan ini, perusahaan multinasional sering memindahkan keuntungan mereka ke negara-negara dengan rezim pajak yang menguntungkan. Pada akhirnya, bisnis ini mungkin membayar pajak lebih sedikit dari yang seharusnya (Sukmana, 2020).

(Karundeng et al., 2017) menemukan bahwa beban iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi data panel untuk menganalisis data perusahaan-perusahaan di Indonesia. (Salsabila, 2023) juga menemukan bahwa beban iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian (Diandra & Hidayat, 2020).

Adapun penelitian yang membahas dampak harga transfer terhadap tingkat agresivitas, sebagaimana dilakukan oleh (Pertiwi, 2022) mengindikasikan bahwa harga transfer dan likuiditas memiliki dampak yang signifikan terhadap agresivitas pajak, seperti yang ditunjukkan oleh analisis data persial. Hasil serupa juga ditemukan (Salsabila, 2021) yang menyatakan bahwa harga transfer mempengaruhi agresivitas pajak (Utami & Kunia, 2020) dan harga transfer mempengaruhi agresivitas pajak (Ginting dan Machdar, 2023). Harga transfer yang diteliti oleh merupakan salah satu komponen penting yang turut mempengaruhi proses penghindaran pajak (Putri & Mulyani, 2020). Bisnis sering menggunakan harga transfer untuk memindahkan keuntungan mereka dari sektor penghubung internasional dengan tarif yang lebih rendah, seperti yang dikemukakan oleh (Machdar & Nurdiniah, 2021).

(Machdar, 2018) menyatakan bahwa harga saham dapat berubah secara signifikan dalam periode waktu tertentu, dan volatilitas adalah ukuran perubahan tersebut. Volatilitas harga saham mencerminkan kondisi dimana harga saham mengalami deviasi, balik ke arah atas maupun ke bawah, dan nilai rata-rata indeks (Wijaya & Machdar, 2022).

Agresivitas pajak sangat penting karena hubungannya dengan penerimaan pajak. Untuk memenuhi kekurangan yang ada (Machdar, 2019).

(Amiah, 2022) mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi adalah ukuran mengkategorikan menggabungkan kelompok besar atau kecil menggunakan berbagai teknik. Keuntungan yang tinggi ini dapat mengakibatkan kewajiban pajak perusahaan meningkat, yang cenderung mendorong perusahaan untuk menerapkan praktik penghindaran pajak.

KAJIAN TEORITIS

Teori Keagenan

Positive Accounting Theory, yang diusulkan oleh Watts dan Zimmerman 1986, berfungsi sebagai grand teori penelitian ini. Teori Keuangan Positif berpendapat bahwa perusahaan memilih kebijakan akuntansi yang dapat memberikan keuntungan bagi mereka, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Teori ini mengasumsikan bahwa perusahaan adalah aktor rasional yang berusaha untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham mereka. Kebijakan akuntansi yang dipilih perusahaan harus sesuai dengan pengetahuan, keahlian, dan pengetahuan akuntansi yang mereka miliki, agar dapat memberikan keuntungan bagi mereka di jangka pendek maupun jangka panjang (Amalia, 2021). Teori akuntansi positif menggunakan pendekatan empiris untuk menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan akuntansi untuk mencapai tujuan mereka. Teori ini mengasumsikan bahwa perusahaan adalah aktor rasional yang berusaha untuk memaksimalkan keuntungan mereka (Nadhifah & Arif, 2020).

Signalling Theory

Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih baik, seperti manajemen perusahaan, dapat menyampaikan informasi tersebut kepada pihak yang memiliki informasi lebih sedikit, seperti investor (Zunita & Bagana, 2022). Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada pengguna laporan keuangan, seperti investor, kreditor, dan pemerintah (Nadhifah & Arif, 2020).

Agency Theory

Teori agensi berkaitan dengan manajer dan pemegang saham yang memiliki hubungan keagenan, di mana manajer bertindak sebagai agen pemegang saham untuk mengelola perusahaan. Teori agensi didefinisikan sebagai pemisahan antara kepemilikan dan manajemen perusahaan selalu disertai oleh timbulnya biaya karena ketidakselarasan kepentingan antara pemilik dan manajer. Penerapan Agency Theory dalam penelitian ini karena kontribusinya yang signifikan (Zunita & Bagana, 2022).

Teori agensi menggambarkan hubungan antara dua pihak, yaitu principal dan agen. Principal adalah pihak yang memberikan tugas dan wewenang kepada agen, sedangkan agen adalah pihak yang melaksanakan tugas tersebut atas nama principal (Nadhifah & Arif, 2020). Dalam konteks ini, Agen dapat bertindak untuk kepentingannya sendiri, dan prinsipal tidak memiliki semua informasi yang dibutuhkan untuk mengawasi agen. Keadaan ini dapat

menimbulkan konflik kepentingan dan masalah dalam hubungan antara agen dan prinsipal (Wijaya & Machdar, 2022).

Agresivitas Pajak

Perusahaan di suatu negara wajib membayar pajak sebagai bagian dari kegiatan operasionalnya. Agresivitas pajak, seperti dijelaskan oleh (Novitasi, 2017) adalah upaya untuk meminimalkan beban pajak, baik dengan cara-cara yang sesuai dengan hukum maupun yang melanggar hukum, dengan tujuan meminimalkan pajak yang harus ditanggung perusahaan adalah upaya menghindari kewajiban pajak yang seharusnya dipenuhi. Agresivitas pajak merupakan praktik khusus dilakukan suatu organisasi dengan maksud meminimalkan kewajiban pajak yang dibayarkannya (Machdar, 2019).

Beban Iklan

Beban iklan merupakan pengeluaran yang bertujuan untuk mengenalkan produk-produk kepada masyarakat, mengadakan kegiatan pemasaran dan peningkatan citra perusahaan (Diandra & Hidayat, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan dedikasi suatu perusahaan harus berkontribusi positif terhadap pembangunan yang berkelanjutan dengan mengurangi dampak negatif dan meningkatkan dampak positif dari operasionalnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam kegiatan operasionalnya (Diandra & Hidayat, 2020).

Harga Transfer

Keputusan terkait penetapan harga transfer mencakup penentuan nilai transaksi barang dan jasa antara perusahaan yang memiliki keterkaitan khusus harus dilakukan secara wajar, yaitu dengan harga yang sesuai dengan kondisi pasar (Ginting & Machdar, 2023). Regulasi mengenai harga transfer diterangkan dalam ayat (3) pasal 18 Undang-Undang Pajak Penghasilan yang memberikan kepada Direktur Jendral Pajak kewenangan untuk mengatur bisnis Wajib Pajak yang memiliki hubungan khusus, termasuk dalam menentukan jumlah potongan atau pendapatan dari perubahan pinjaman menjadi modal untuk mengevaluasi laba yang dikenai pajak (Utami & Kunia, 2020)

Volatilitas Harga Saham

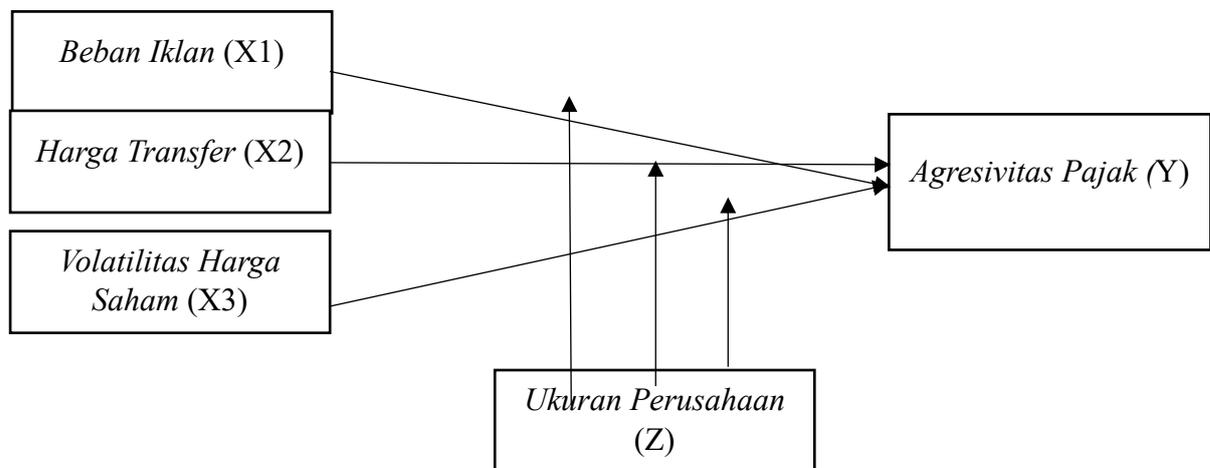
Volatilitas harga saham adalah ukuran seberapa besar harga saham berfluktuasi dalam periode waktu tertentu. Fluktuasi harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal perusahaan, seperti pertumbuhan aset, pertumbuhan laba, arus kas, ROE, pengungkapan sukarela, keterbukaan informasi, dividen, dan pertumbuhan perusahaan. Selain itu, volatilitas harga saham juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal perusahaan, seperti inflasi,

suku bunga, dan nilai tukar, akan terjadi penilaian kembali terhadap harga saham perusahaan tersebut (Wijaya & Machdar, 2022).

Ukuran Perusahaan

tercermin dari seberapa besar atau kecilnya berdasarkan total aset yang dimilikinya. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi tingkat kepemilikan modal dan jumlah asetnya. Bila suatu perusahaan memiliki jumlah aset yang signifikan, hal ini dapat mengakibatkan pengurangan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Dampak tersebut sangat penting bagi perusahaan dengan tingkat rasio intensitas modal yang tinggi, yang menandakan tingkat pajak efektif yang rendah. Keberadaan pajak efektif yang rendah dapat mengindikasikan bahwa perusahaan sedang melakukan upaya untuk mengurangi kewajiban pembayaran pajak. Analisis lebih lanjut oleh (Amiah, 2022) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan ukuran perusahaan berperan sebagai pengaruh moderasi terhadap pengaruh intensitas modal terhadap praktik penghindaran pajak.

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan, peneliti membuat kerangka teoritis sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metodologi penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif, yakni suatu pendekatan penelitian yang memanfaatkan metode ilmiah untuk mengukur, menjelaskan, dan menganalisis fenomena atau variabel dengan cara yang obyektif dan terukur. Pendekatan

ini digunakan untuk menguji hipotesis, mengidentifikasi hubungan antara variabel, dan menyajikan temuan dalam bentuk angka atau statistik.

Variabel Dependen (*Y Variabel Terikat*)

Variabel terikat merupakan elemen sentral dalam analisis suatu penelitian. Dalam konteks ini, fokus utama jatuh pada Agresivitas Pajak sebagai variabel dependen. ETR (Effective Tax Rate) digunakan sebagai proksi yang umum dalam penelitian sebelumnya untuk mengevaluasi sejauh mana suatu perusahaan terlibat dalam Agresivitas Pajak. Perhitungan variabel Agresivitas Pajak ini menggunakan rumus ETR (Effective Tax Rate) dengan model perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Effective Tax Rate (ETR)} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

Variabel Independen (*X Variabel Bebas*)

Variabel independen, juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah faktor yang memiliki pengaruh. Variabel bebas dapat diinterpretasikan sebagai suatu keadaan atau nilai yang, jika ada, dapat mengubah kondisi atau nilai yang lain, variabel independen dijelaskan sebagai faktor yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat).

Beban Iklan

Beban iklan merujuk pada pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengedarkan produk, termasuk barang dan jasa, kepada masyarakat umum. Menurut Tjiptono seperti yang dikutip oleh Fourqonah dkk. (2020:7), Iklan adalah bentuk komunikasi yang bertujuan membangun kesadaran konsumen tentang produk atau jasa, dengan cara menyampaikan informasi tentang kelebihan dan kekurangan produk atau jasa tersebut. Proksi digunakan sebagai alat untuk mengukur beban iklan:

$$\text{Beban Iklan} = \frac{\text{Nilai Biaya Iklan}}{\text{Nilai Penjualan}}$$

Harga Transfer

Dalam kerangka penelitian ini, perusahaan berwenang menetapkan harga transfer dalam transaksi dengan pihak yang memiliki relasi khusus. Proksi digunakan sebagai alat untuk mengukur harga transfer:

$$\text{Harga Transfer} = \frac{\text{Piutang usaha pihak istimewa}}{\text{Total piutang}} \times 100\%$$

Volatilitas Harga Saham

Variabel terikat yang dimanfaatkan dalam fokus dari penelitian adalah perubahan harga saham. Proksi digunakan sebagai alat untuk mengukur sebagai berikut:

$$P_Vol_{it} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n \left\{ \frac{H_{it} - L_{it}}{(H_{it} + L_{it})/2} \right\}^2}{n}}$$

Keterangan :

Vol_{it} : Volatilitas Harga Saham

Variabel Moderating (Z Variabel Moderasi)

Variabel moderasi merupakan kategori variabel dalam penelitian yang memengaruhi atau memodifikasi kekuatan atau arah hubungan antara dua variabel lainnya. Ukuran perusahaan (Z) diidentifikasi sebagai variabel moderasi. Proksi digunakan sebagai alat untuk mengukur sebagai berikut:

$$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$$

LN = Logaritma Natural

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan telaah literatur yang relevan dan penelitian terdahulu yang sesuai, maka pembahasan pada literatur review akan dieksplorasi sebagai berikut:

Pengaruh Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak

Nguyen (2015) mengemukakan bahwa investasi dalam iklan memiliki dampak positif dengan reputasi yang baik dapat menjadi aset bagi perusahaan untuk mencegahnya melakukan tindakan pajak yang agresif. Tindakan ini dapat meningkatkan risiko audit dan dapat menimbulkan citra negatif bagi perusahaan. Selain itu, tindakan penghindaran pajak yang agresif dapat mengurangi transparansi perusahaan, yang dapat menimbulkan masalah keagenan dan ketidakpercayaan investor. Hal ini dapat menyebabkan kerugian reputasi perusahaan. Hasil dari penelitian Nguyen (2015) menyoroti bahwa salah satu strategi untuk mengurangi beban pajak perusahaan adalah melalui peningkatan investasi dalam iklan. Meskipun temuan dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara iklan pasar produk dan agresivitas pajak, tetapi tidak dapat diabaikan bahwa beban iklan juga dapat meningkatkan niat perusahaan untuk menghemat pajak secara agresif. Hal ini terkait dengan upaya perusahaan

untuk mencapai maksimalisasi laba dengan menerapkan efisiensi ketat terhadap biaya pajak. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Shafa (2022) menyatakan bahwa beban iklan tidak memiliki pengaruh signifikan pada agresivitas pajak. Beban iklan cenderung stabil dan mengalami penurunan sekitar 1% yang diikuti oleh penurunan tarif pajak efektif.

Pengaruh Harga Transfer terhadap Agresivitas Pajak

Perusahaan multinasional merujuk pada perusahaan yang beroperasi di berbagai negara dan wilayah, dan melayani konsumen dan pelanggan di seluruh dunia, memungkinkan perusahaan untuk menggunakan harga transfer atau memegang utang yang signifikan kepada pihak terkait untuk tujuan agresivitas pajak (Indriaswari dan Nita, 2018). Harga transfer adalah penetapan harga transaksi antara pihak-pihak yang memiliki keterkaitan khusus. Penetapan harga transfer ini dapat menjadi masalah pajak karena dapat digunakan untuk memanipulasi laba dan beban pajak perusahaan, memberikan insentif kepada manajemen, dan mencapai tujuan yang sejalan dengan kebijakan perusahaan. Pemerintah mengharuskan perusahaan membayar pajak sesuai dengan laba yang diperolehnya, dan hal ini kadang-kadang menimbulkan tekanan pada perusahaan yang harus secara teratur membayar pajak kepada negara, berpotensi mengurangi laba. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Suntari & Mulyani (2020) mendukung hal ini dengan menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga transfer dan agresivitas pajak. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penerapan praktik harga transfer, semakin intensif upaya perusahaan dalam menghindari pajak. Perusahaan yang memiliki anak perusahaan atau cabang di wilayah dengan tarif pajak yang berbeda cenderung memanfaatkan celah dalam peraturan dengan menggunakan praktik harga transfer.

Pengaruh Volatilitas Harga Saham terhadap Agresivitas Pajak

Volatilitas tinggi pada harga saham dapat menimbulkan tekanan tambahan pada perusahaan untuk mencapai atau mempertahankan kinerja finansial yang positif. Dalam situasi ini, perusahaan mungkin cenderung mencari cara untuk mengurangi beban pajak mereka guna meningkatkan laba bersih, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada nilai saham.

Dalam usaha mengurangi beban pajak, perusahaan mungkin menjadi lebih terbuka terhadap taktik agresif, seperti menerapkan praktik pajak yang kompleks atau mengeksplorasi celah pajak untuk menghindari pembayaran pajak yang tinggi. Peningkatan agresivitas pajak dalam konteks volatilitas harga saham yang tinggi juga dapat memunculkan kontroversi dan meningkatkan risiko hukum atau reputasi, terutama jika praktik tersebut mendekati atau melanggar batasan-batasan etis atau hukum.

Pengaruh Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi

Perusahaan membayar biaya iklan untuk mempromosikan barang atau jasa mereka melalui berbagai bentuk kampanye pemasaran, seperti iklan televisi, iklan cetak, iklan online, dan sejenisnya. Menurut (Diandra & Hidayat, 2020) perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan lebih rentan terhadap pemeriksaan pajak. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya untuk menghindari kesalahan yang dapat menyebabkan pemeriksaan pajak. Tingkat efektif pajak (ETR) memiliki hubungan terbaik dengan praktik penghindaran pajak, di mana semakin agresif tindakan penghindaran pajak, nilai ETR akan semakin rendah. Menurut (Leksono et al., 2019) ukuran perusahaan dapat dinilai dari ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva, yang memungkinkan kategorisasi perusahaan. Ukuran perusahaan memungkinkan perusahaan mengontrol beban iklan sebagai bagian dari penjualan. Perusahaan besar memiliki lebih banyak aset daripada perusahaan kecil. Aset mengalami penyusutan setiap tahun, yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung memiliki beban pajak yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dapat mengurangi motivasi perusahaan besar untuk melakukan tindakan agresif untuk mengurangi beban pajaknya.

Pengaruh Transfer Pricing terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi

Perusahaan multinasional yang memiliki skala besar di Indonesia memiliki lebih banyak kesempatan untuk melakukan praktik penghindaran pajak melalui penetapan harga transfer. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor seperti aset yang signifikan, fleksibilitas dalam merancang rencana pajak, dan kemampuan untuk mengadopsi praktik akuntansi yang dapat menurunkan tarif pajak efektif (Brigham & Houston, 2010). Penelitian ini menggunakan total aset sebagai indikator ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk melakukan perencanaan pajak yang efektif dan mengadopsi praktik akuntansi yang dapat menurunkan tarif pajak efektif. Hal ini menyebabkan tarif pajak efektif perusahaan besar cenderung lebih rendah daripada perusahaan kecil.

Pengaruh Volatilitas Harga Saham terhadap Agresivitas Pajak dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi

Volatilitas harga saham merujuk pada fluktuasi nilai saham suatu perusahaan di pasar saham. Volatilitas yang tinggi menunjukkan variasi harga yang besar, sementara volatilitas yang rendah mencerminkan stabilitas harga saham. Berdasarkan hasil penelitian Hanlom (2009), terdapat temuan bahwa pada umumnya harga saham suatu perusahaan mengalami

penurunan ketika muncul berita tentang keterlibatannya dalam praktik perlindungan pajak. Meskipun demikian, penelitian ini hanya memberikan bukti terbatas mengenai variasi reaksi antar perusahaan. Sebagai contoh, reaksi yang lebih negatif dapat terjadi pada perusahaan di sektor ritel, mengindikasikan bahwa sebagian dari reaksi tersebut mungkin disebabkan oleh respons dari konsumen atau wajib pajak. Penelitian juga menemukan reaksi yang kurang negatif pada perusahaan yang cenderung kurang agresif dalam praktik perpajakan, sebagaimana tercemin dari tarif pajak efektif tunai yang rendah pada perusahaan tersebut. Menurut Utomo dan rekan-rekan (2021), ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada agresivitas pajak. Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini berdampak signifikan pada beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Salah satu faktor yang menyebabkan hasil ini adalah tingginya biaya penyusutan aset perusahaan dapat menyebabkan penurunan laba perusahaan pada periode tertentu. Rendahnya laba ini berdampak pada beban pajak yang juga rendah pada periode tersebut. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat melemahkan korelasi antara volatilitas harga saham dan agresivitas pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beban iklan memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini disebabkan oleh beban iklan yang dapat mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan sebelum dipotong pajak, sehingga total beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan akan berkurang. Pengaturan harga transfer berkontribusi positif terhadap kecenderungan agresivitas pajak karena penerapannya bertujuan untuk mengurangi beban pajak, memberikan motivasi kepada manajemen, dan mencapai keselarasan dengan tujuan perusahaan pemerintah mewajibkan perusahaan untuk membayar pajak mengikuti keuntungan yang diperoleh perusahaan. Volatilitas harga saham berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena dapat menciptakan tekanan ekstra pada perusahaan untuk mencapai atau mempertahankan kinerja finansial yang positif.

Pengaruh ukuran perusahaan memperlambat beban iklan terhadap agresivitas pajak karena fakta semakin menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara tingkat agresivitas pajak dan perusahaan multinasional umumnya mempunyai aset besar. Perusahaan besar cenderung memiliki ruang lebih besar untuk menurunkan ETR perusahaan.

Variabel Ukuran perusahaan memperlambat pengaruh Volatilitas Harga Saham terhadap Agresivitas pajak dikarenakan pendapatan [perusahaan yang rendah, hal tersebut menyebabkan penurunan beban pajak karena harus dipikul oleh organisasi.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat mengenakan variabel lain yang memiliki pengaruh agresivitas pajak, selain dari Beban Iklan, harga transfer, volatilitas harga saham dan ukuran perusahaan, dibutuhkan untuk penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi yang memengaruhi Agresivitas pajak. Faktor lain seperti capital intensity, profitabilitas dan leverage.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiana Zunita, & Batara Daniel Bagana. (2022). Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Agresivitas Pajak. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 78–88. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.650>
- Amiah, N. (2022). Profitabilitas, Intensitas Modal Dan Penghindaran Pajak : Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(1), 63–73. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i1.13>
- Diandra, S. M., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Beban Iklan Dan Intensitas Persediaan Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 188–202. <https://doi.org/10.37403/financial.v6i2.142>
- Ghaisani, K. (2020). *Pengaruh Capital Intensity, Leverage, Dan Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Ta. July, 1–23.*
- Ginting, S., & Machdar, N. M. (2023). Pengaruh Harga Transfer Dan Transaksi Hubungan Istimewa Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(2), 185–203.
- Karundeng, Warongan, & Mintalangi, S. (2017). *The Effect of Profitability, Advertising Expense and Tax Loss Compensation on Tax Aggressiveness in Consumer Goods Industry Listed on The IDX for 2017-2021*. 6(1), 389–398.
- Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 301. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4174>
- Machdar, N. M. (2018). *Faktor Fundamental dan Volatilitas Harga Saham dengan Pemeditasi KONGRES ILMIAH AKUNTANSI IV Faktor Fundamental dan Volatilitas Harga Saham dengan Pemeditasi Kebijakan Dividen : Kasus Perusahaan Properti dan Real Estate di Indonesia Nera Marinda Machdar. March 2017.*
- Machdar, N. M. (2019). Agresivitas Pajak Dari Sudut Pandang Manajemen Laba. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 183–192. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.257>
- Machdar, N. M., & Nurdiniah, D. (2021). Does Transfer Pricing Moderate the Effect of Deferred Tax Assets and Deferred Tax Expenses on Accrual Earnings Management of Firms in Indonesia? *European Journal of Business and Management Research*, 6(3), 104–110. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.3.868>
- Nabila Shafa, H. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Beban Iklan dan Kompensasi Rugi Fiskal

Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di *Jurnal LPPM Bidang ...*, 6(1), 389–398. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/42233%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/download/42233/37459>

- Nadhifah, M., & Arif, A. (2020). Transfer Pricing, Thin Capitalization, Financial Distress, Earning Management, dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Dimoderasi oleh Sales Growth. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 7(2), 145–170. <https://doi.org/10.25105/jmat.v7i2.7731>
- Pertiwi, A. C. (2022). *PENGARUH LIKUIDITAS, TRANSFER PRICING DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang tergabung di Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2016-2020)*. 1–23.
- Putranto, Affini, & Hatimah. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Transfer Pricing terhadap Tax Aggressiveness dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.176>
- Salsabila, A. (2021). *PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, FINANCIAL DISTRESS, DAN TRANSFER PRICING TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)*. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Salsabila, F. C. (2023). *Pengaruh Deferred Tax Expense, Beban Iklan, Dan Persaingan Pasar Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Olahan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)* *The Effect Of Deferred Tax, Adver.* 10(2), 1080–1086.
- Sukmana, Y. (2020). *RI Diperkirakan Rugi Rp 68, 7 Triliun Akibat Penghindaran Pajak*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/23/183000126-ri-diperkirakan-rugi-rp-68-7-triliun-akibat-penghindaran-pajak>
- Suntari, M., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Transfer Pricing Dan Thin Capitalization Terhadap Tax Aggressiveness Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 1–8. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6829>
- Utami, R. D., & Kunia, C. (2020). *PENGARUH TRANSFER PRICING, THIN CAPITALIZATION, DAN TAX HAVEN UTILIZATION TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)*. <https://doi.org/10.15797/concom.2019..23.009>
- Wijaya, M. J., & Machdar, N. M. (2022). Asimetri Informasi Memoderasi Akuntansi Hijau dan Kualitas Pengungkapan Lingkungan dan Sosial terhadap Volatilitas Harga Saham. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan ...*, 8(3), 2767–2784. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/view/1481%0Ahttp://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/download/1481/441>