SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 1, January 2026

Pengaruh Kepemilikan Institusional, Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

Muhammad Eko Ari Wibowo[1], Chaeru Syahru Ramdani[2], Adi Sofyana Latif[3], Rananda Septanta[4]
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen01613@unpam.ac.id[1], dosen02282@unpam.ac.id[2], dosen01608@unpam.ac.id[3], dosen01079@unpam.ac.id[4]

Submitted: 14th September 2025 | **Edited**: 26th December 2025 | **Issued**: 01st January 2026

Cited on: Wibow, M. E. A., Ramdani, C. S., Latif, A. S., & Septanta, R. (2026). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, *9*(1), 335-342.

ABSTRACT

Tax aggressiveness remains an important issue in corporate financial management, particularly in consumer non-cyclical companies that tend to maintain stable performance across economic conditions. Differences in ownership structure and financial performance may influence managerial decisions related to tax planning. This study aims to analyze the effect of institutional ownership, sales growth, and firm value on tax aggressiveness in consumer non-cyclical sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019–2024 period. This research employs a quantitative approach with an associative research design. The sample was selected using purposive sampling, resulting in 15 companies with a total of 75 financial statement observations. The data were processed using Eviews 12 and analyzed through panel data regression techniques. The results indicate that, partially, institutional ownership has no significant effect on tax aggressiveness, suggesting that institutional investors may not effectively restrain corporate tax-related decisions. In contrast, sales growth and firm value have a significant effect on tax aggressiveness, indicating that companies with higher sales growth and greater market value tend to engage more aggressively in tax planning to maximize profits. Simultaneously, institutional ownership, sales growth, and firm value jointly affect tax aggressiveness. These findings imply that tax supervision and policy formulation should consider firm performance and market value characteristics in addition to ownership structure when addressing corporate tax aggressiveness.

Keywords: Tax Aggressiveness, Institutional Ownership, Sales Growth, Firm Value, Consumer Non-Cyclical Sector

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pembangunan dan pelayanan publik. Namun, bagi perusahaan, pajak sering dipandang sebagai beban yang dapat mengurangi laba, sehingga mendorong manajemen melakukan perencanaan pajak secara agresif. Agresivitas pajak merujuk pada upaya perusahaan untuk menekan beban pajak melalui strategi yang masih berada dalam celah peraturan perpajakan (Hanlon dan Heitzman, 2019). Fenomena ini menjadi perhatian pemerintah dan akademisi karena berpotensi menurunkan penerimaan negara.

Sektor konsumen non-siklis memiliki karakteristik permintaan yang relatif stabil karena produknya merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Stabilitas ini memungkinkan

perusahaan memperoleh laba yang konsisten, bahkan saat kondisi ekonomi melemah. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan insentif perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak guna mempertahankan kinerja keuangan dan nilai perusahaan (Putri dan Yasa, 2019). Oleh karena itu, sektor ini menjadi menarik untuk dikaji dalam konteks perilaku agresivitas pajak.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi agresivitas pajak adalah kepemilikan institusional. Secara teori, kepemilikan institusional berperan sebagai mekanisme pengawasan yang dapat menekan tindakan oportunistik manajemen, termasuk praktik agresivitas pajak (Jensen dan Meckling, 1976). Beberapa penelitian menemukan bahwa kepemilikan institusional mampu menurunkan agresivitas pajak karena meningkatkan fungsi monitoring (Sari dan Andriani, 2020). Namun, penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda, di mana kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak (Dewi dan Jati, 2021), sehingga menunjukkan adanya inkonsistensi temuan.

Selain kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan juga diyakini berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan peningkatan aktivitas operasional dan potensi laba yang lebih besar. Kondisi ini dapat mendorong perusahaan melakukan perencanaan pajak yang lebih agresif untuk mengoptimalkan laba setelah pajak (Hidayat dan Fitria, 2018). Namun, terdapat pula penelitian yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu berhubungan dengan agresivitas pajak karena perusahaan yang bertumbuh cenderung menjaga kepatuhan untuk menjaga reputasi (Pratama dan Wibowo, 2020).

Faktor lain yang relevan adalah nilai perusahaan, yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan nilai tinggi cenderung mendapat tekanan dari investor untuk mempertahankan laba dan efisiensi, termasuk dalam pengelolaan pajak (Chen et al., 2010). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak (Lestari dan Sugiyono, 2019), sementara penelitian lain menemukan hubungan negatif karena perusahaan bernilai tinggi cenderung lebih berhati-hati terhadap risiko reputasi (Astuti dan Rahmawati, 2022).

Perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya research gap terkait pengaruh kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan terhadap agresivitas pajak. Perbedaan sektor industri, periode penelitian, serta metode analisis diduga menjadi penyebab inkonsistensi hasil penelitian. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik pada sektor tertentu dengan periode yang lebih panjang.

Penelitian ini menjadi penting karena secara khusus memfokuskan pada sektor konsumen non-siklis yang relatif jarang diteliti dibandingkan sektor manufaktur atau perbankan. Selain itu, penggunaan data panel dalam periode 2019–2024 memungkinkan analisis yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan dinamika waktu dan perbedaan karakteristik antarperusahaan (Gujarati dan Porter, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor konsumen non-siklis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur perpajakan dan tata kelola perusahaan, serta kontribusi praktis bagi regulator dan investor dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak perusahaan.

LANDASAN TEORI

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga atau institusi seperti bank, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksa dana, dan institusi keuangan lainnya (Rahmawati dan Handayani, 2021). Kepemilikan ini dianggap memiliki peran penting dalam mekanisme tata kelola perusahaan karena investor institusional umumnya memiliki sumber daya, keahlian, dan kepentingan ekonomi yang cukup besar untuk melakukan fungsi pengawasan terhadap manajemen. Dengan tingkat kepemilikan yang signifikan, institusi diharapkan mampu menekan perilaku oportunistik manajemen dan mendorong pengambilan keputusan yang selaras dengan kepentingan pemegang saham, termasuk dalam kebijakan keuangan dan perpajakan perusahaan (Nugroho dan Pratiwi, 2023).

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah indikator yang menunjukkan tingkat peningkatan atau penurunan pendapatan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas pasar, meningkatkan permintaan produk, serta mempertahankan keberlangsungan usahanya (Kurniawan dan Firmansyah, 2020; Wulandari dan Putra, 2021). Pertumbuhan penjualan yang tinggi umumnya menandakan kinerja operasional yang baik dan prospek usaha yang positif, sehingga sering digunakan sebagai ukuran keberhasilan strategi pemasaran dan daya saing perusahaan (Saputra et al., 2022). Selain itu, pertumbuhan penjualan juga berpengaruh terhadap profitabilitas, kebutuhan pendanaan, dan pengambilan keputusan manajerial, termasuk dalam perencanaan keuangan dan pajak perusahaan (Amelia dan Santoso, 2024).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan (firm value) adalah ukuran yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan kinerja masa depan perusahaan, yang biasanya tercermin dari harga saham atau kapitalisasi pasar (Prasetyo dan Wicaksono, 2021). Nilai perusahaan sering digunakan sebagai indikator keberhasilan manajemen dalam menciptakan kekayaan bagi pemegang saham dan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, termasuk kebijakan investasi, pendanaan, dan perencanaan pajak (Haryanto dan Setiawan, 2022). Perusahaan dengan nilai tinggi cenderung memiliki reputasi baik, akses lebih mudah terhadap modal, dan tekanan lebih besar untuk mempertahankan kinerja yang konsisten, sehingga keputusan manajerial termasuk agresivitas pajak dipengaruhi oleh upaya menjaga nilai perusahaan.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah strategi yang digunakan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak melalui perencanaan yang legal namun bersifat opportunistik, termasuk pengalihan laba, penggunaan insentif pajak, atau pengaturan struktur transaksi (Saputra dan Handayani, 2020). Agresivitas pajak biasanya dilakukan untuk meningkatkan laba setelah pajak dan nilai perusahaan, namun tetap berada dalam batas hukum yang berlaku (Rohman dan Utami, 2021). Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepemilikan institusional, kinerja perusahaan, dan nilai perusahaan, serta faktor eksternal seperti regulasi perpajakan dan tekanan pasar (Fadillah dan Putri, 2022).

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada hubungan antara karakteristik perusahaan dan perilaku agresivitas pajak. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan, sedangkan

variabel terikatnya adalah agresivitas pajak. Secara teoritis, kepemilikan institusional diyakini berperan sebagai mekanisme pengawasan yang mampu meminimalkan praktik oportunistik manajemen, termasuk perilaku agresivitas pajak (Rahmawati & Handayani, 2021). Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat memberikan tekanan bagi manajemen untuk mengambil keputusan pajak yang lebih konservatif dan sesuai prinsip good corporate governance.

Selain kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi memiliki potensi laba lebih besar sehingga dapat terdorong untuk melakukan perencanaan pajak yang lebih agresif guna memaksimalkan laba bersih (Amelia & Santoso, 2024). Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja operasional, yang secara tidak langsung menimbulkan kebutuhan untuk strategi pengelolaan pajak yang efisien.

Variabel nilai perusahaan juga diharapkan memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Perusahaan dengan nilai pasar tinggi biasanya berada di bawah pengawasan ketat investor dan pasar modal, sehingga manajemen cenderung menyesuaikan strategi pajak agar tidak merugikan reputasi dan persepsi investor (Haryanto & Setiawan, 2022). Dengan demikian, kombinasi kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan membentuk kerangka konseptual yang memungkinkan analisis pengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dapat menjelaskan perilaku perusahaan dalam perencanaan pajak secara komprehensif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antarvariabel, yaitu kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan terhadap agresivitas pajak. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang digunakan berupa angka-angka yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan, sehingga memungkinkan pengujian hipotesis secara objektif dan terukur. Metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel berdasarkan teori dan temuan empiris sebelumnya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria sesuai tujuan penelitian, sehingga diperoleh 15 perusahaan sektor konsumen non-siklis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan total 75 laporan keuangan selama periode penelitian (2019-2024). Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan aplikasi EViews 12 dan dianalisis dengan regresi data panel, yang mengombinasikan data time series dan cross section. Penggunaan regresi data panel diharapkan mampu menghasilkan estimasi yang lebih akurat karena mempertimbangkan variasi antarperusahaan dan antarperiode waktu.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,068, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menandakan bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas, sehingga distribusi data tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal. Asumsi normalitas merupakan prasyarat penting dalam analisis regresi dan uji statistik parametrik lainnya, karena memastikan bahwa estimasi parameter, uji t, dan uji F dapat dilakukan secara valid dan hasilnya dapat diinterpretasikan dengan

tepat. Dengan demikian, data yang berdistribusi normal memungkinkan penggunaan metode analisis lebih lanjut, seperti regresi data panel, untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara akurat.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai Adjusted R^2 sebesar 0,693, yang menunjukkan bahwa variabel kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan secara simultan mampu menjelaskan 69,3% variasi agresivitas pajak. Secara teoritis, hal ini berarti kombinasi faktor tata kelola dan kinerja perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan kebijakan pajak perusahaan. Semakin tinggi nilai Adjusted R^2, semakin besar kemampuan model untuk menggambarkan fenomena agresivitas pajak, sehingga hasil ini menegaskan bahwa keputusan manajerial terkait pajak tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan secara kolektif.

Kepemilikan institusional dapat memengaruhi perilaku manajemen melalui mekanisme pengawasan (Rahmawati & Handayani, 2021). Meskipun hasil parsial menunjukkan pengaruhnya tidak signifikan, secara simultan kontribusinya terhadap agresivitas pajak tetap ada, karena kepemilikan institusional bekerja bersama dengan kinerja perusahaan dalam membentuk keputusan manajerial. Sementara itu, pertumbuhan penjualan sebagai indikator kinerja operasional memberikan sinyal bahwa perusahaan yang berkembang cenderung memanfaatkan strategi pajak untuk mengoptimalkan laba bersih (Amelia & Santoso, 2024).

Nilai perusahaan juga memengaruhi agresivitas pajak melalui tekanan pasar dan ekspektasi investor (Haryanto & Setiawan, 2022). Perusahaan dengan nilai tinggi memiliki insentif untuk menjaga laba dan reputasi, sehingga kebijakan pajak dijalankan secara strategis. Secara keseluruhan, kontribusi 69,3% menegaskan bahwa agresivitas pajak dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal perusahaan tata kelola, kinerja, dan persepsi nilai perusahaan yang sejalan dengan teori agency dan teori manajerial mengenai keputusan perusahaan dalam pengelolaan pajak.

Uji Hipotesis

Tabel 1. Uji Hipotesis Parsial dan Simultan

Variabel	Nilai T / F	Sig.	Kesimpulan
Kepemilikan Institusional	1,094	0,139	Tidak Signifikan
Pertumbuhan Penjualan	4,964	0,000	Signifikan
Nilai Perusahaan	4,098	0,000	Signifikan
Uji F (Simultan)	17.248	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil olah data Eviews 12, 2025

Berdasarkan hasil uji t parsial, variabel kepemilikan institusional memperoleh nilai t sebesar 1,094 dengan signifikansi 0,139, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Secara teori, kepemilikan institusional diharapkan mampu menjadi mekanisme pengawasan yang membatasi perilaku oportunistik manajemen, termasuk dalam kebijakan pajak (Jensen & Meckling, 1976). Namun, hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan investor institusional belum cukup kuat mempengaruhi keputusan manajemen dalam perencanaan pajak pada perusahaan sektor konsumen non-siklis. Faktor internal lain, seperti tekanan pasar atau strategi pertumbuhan, mungkin lebih dominan dalam menentukan agresivitas pajak.

Variabel pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai t sebesar 4,964 dengan signifikansi 0,000, yang berarti berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Teori

kinerja perusahaan menjelaskan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi memiliki laba operasional yang meningkat sehingga terdorong untuk memaksimalkan laba bersih melalui perencanaan pajak yang agresif (Amelia & Santoso, 2024). Hal ini konsisten dengan teori manajerial yang menyatakan bahwa manajemen akan mengambil keputusan strategis, termasuk kebijakan pajak, untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Selanjutnya, nilai perusahaan memperoleh nilai t sebesar 4,098 dengan signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap prospek perusahaan dan reputasinya di pasar modal (Haryanto & Setiawan, 2022). Perusahaan dengan nilai tinggi cenderung menghadapi ekspektasi yang lebih besar dari investor, sehingga manajemen terdorong untuk melakukan perencanaan pajak yang strategis agar laba bersih tetap optimal tanpa merusak reputasi.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan menjadi faktor utama yang mendorong agresivitas pajak, sementara kepemilikan institusional tidak memberikan pengaruh signifikan secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tata kelola melalui kepemilikan institusional masih terbatas pada konteks sektor konsumen non-siklis. Faktor kinerja dan persepsi pasar lebih dominan dalam memotivasi manajemen untuk mengambil keputusan pajak.

Hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai F sebesar 17,248 dengan signifikansi 0,000, yang menandakan bahwa kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku agresivitas pajak perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi simultan dari berbagai faktor internal. Secara teori, hal ini sejalan dengan teori agency, yang menyatakan bahwa keputusan manajemen dipengaruhi oleh kombinasi struktur kepemilikan, kinerja operasional, dan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan (Jensen & Meckling, 1976; Chen et al., 2010). Meskipun uji parsial menunjukkan kepemilikan institusional tidak signifikan secara individual, perannya tetap penting dalam konteks kombinasi dengan pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan, karena investor institusional dapat memengaruhi keputusan manajerial secara tidak langsung. Dengan demikian, agresivitas pajak merupakan hasil interaksi kompleks antara mekanisme pengawasan, kinerja perusahaan, dan nilai pasar, sehingga pengawasan dan perumusan kebijakan pajak harus mempertimbangkan seluruh faktor internal secara simultan agar dapat dijalankan secara efektif, efisien, dan sesuai prinsip tata kelola yang baik.

Implikasi praktis dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan terhadap agresivitas pajak perusahaan harus dilakukan secara komprehensif, tidak hanya mengandalkan satu aspek tunggal, seperti kepemilikan institusional. Meskipun kepemilikan institusional berperan dalam mekanisme pengawasan, fokus semata pada struktur kepemilikan terbukti tidak cukup efektif dalam mengendalikan keputusan manajerial terkait pajak. Faktor lain, terutama kinerja perusahaan yang tercermin dari pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan reputasi perusahaan, memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Oleh karena itu, regulator, otoritas pajak, dan pemangku kepentingan harus mempertimbangkan kombinasi karakteristik ini dalam merancang kebijakan dan mekanisme pengawasan. Pendekatan holistik ini dapat membantu memastikan bahwa perusahaan melakukan perencanaan pajak secara strategis dan efisien, tanpa melanggar ketentuan perpajakan, sekaligus menjaga reputasi dan keberlanjutan kinerja perusahaan

di pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa agresivitas pajak dipengaruhi oleh interaksi antara struktur kepemilikan, pertumbuhan kinerja, dan nilai pasar perusahaan, sehingga manajemen perlu mengelola kebijakan pajak secara hati-hati untuk mencapai keseimbangan antara kepatuhan pajak, optimalisasi laba, dan reputasi perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur mengenai hubungan antara tata kelola, kinerja perusahaan, dan perilaku pajak.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan sektor konsumen non-siklis tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara struktur kepemilikan, kinerja perusahaan, dan persepsi pasar. Meskipun kepemilikan institusional secara parsial tidak signifikan, peran pengawasan institusional tetap penting dalam konteks kombinasi variabel, karena dapat membentuk kerangka tata kelola yang mempengaruhi keputusan manajerial secara kolektif. Hal ini menegaskan bahwa mekanisme kontrol internal perusahaan perlu dipadukan dengan faktor kinerja untuk menghasilkan kebijakan pajak yang strategis dan akuntabel.

Selain itu, pengaruh signifikan pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan terhadap agresivitas pajak mencerminkan bahwa perusahaan cenderung menyesuaikan strategi pajak berdasarkan peluang laba dan tekanan pasar. Perusahaan yang mampu meningkatkan penjualan dan memiliki nilai pasar tinggi cenderung lebih agresif dalam perencanaan pajak sebagai upaya menjaga efisiensi keuangan dan daya saing. Implikasi praktisnya, manajemen perlu menyeimbangkan antara optimalisasi laba melalui perencanaan pajak dan kepatuhan terhadap regulasi, agar strategi perusahaan tetap berkelanjutan dan reputasi tetap terjaga.

Secara lebih luas, temuan penelitian ini memberikan pemahaman bahwa pengawasan pajak tidak dapat dilakukan hanya dari satu aspek, misalnya kepemilikan institusional, tetapi harus mempertimbangkan kinerja perusahaan dan persepsi pasar. Bagi regulator, hasil ini menunjukkan pentingnya pendekatan pengawasan yang holistik, dengan mempertimbangkan karakteristik operasional dan nilai perusahaan dalam merancang kebijakan perpajakan yang efektif. Sementara bagi investor dan pemangku kepentingan, penelitian ini menekankan perlunya evaluasi menyeluruh terhadap kombinasi faktor internal yang memengaruhi perilaku manajemen terkait pajak.

DAFTARPUSTAKA

Amelia, R., & Santoso, B. (2024). Pertumbuhan penjualan dan implikasinya terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 16(1), 33–45.

Astuti, D., & Rahmawati. (2022). Nilai perusahaan dan agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(2), 145–158.

Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41–61.

Dewi, N. K., & Jati, I. K. (2021). Kepemilikan institusional dan agresivitas pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 987–1001.

Fadillah, M., & Putri, R. (2022). Tax aggressiveness and corporate governance: Evidence from Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 26(2), 187–200.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2013). *Basic econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.

Hanlon, M., & Heitzman, S. (2019). A review of tax research. *Journal of Accounting and*

Economics, 50(2–3), 127–178.

Haryanto, T., & Setiawan, R. (2022). Firm value and corporate financial policy: Evidence from Indonesian listed companies. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(3), 512–526.

Hidayat, W., & Fitria, A. (2018). Pertumbuhan penjualan dan perencanaan pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(6), 1–15.

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.

Kurniawan, R., & Firmansyah, A. (2020). Analisis pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(2), 150–162.

Lestari, N., & Sugiyono. (2019). Nilai perusahaan dan agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 78–92.

Nugroho, A., & Pratiwi, D. N. (2023). Kepemilikan institusional dan tata kelola perusahaan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 27(1), 45–58.

Prasetyo, A., & Wicaksono, F. (2021). The impact of firm value on managerial decision-making and corporate performance. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(4), 345–358.

Pratama, A., & Wibowo, S. (2020). Pertumbuhan perusahaan dan kepatuhan pajak. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 233–247.

Putri, I. G. A. M., & Yasa, G. W. (2019). Agresivitas pajak dan karakteristik perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(3), 1891–1916.

Rahmawati, Y., & Handayani, S. R. (2021). Pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengambilan keputusan manajerial. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 211–224.

Rohman, S., & Utami, D. (2021). Analisis agresivitas pajak dan kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(1), 75–88.

Saputra, A., & Handayani, L. (2020). Determinants of corporate tax aggressiveness in emerging markets. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(3), 221–234.

Saputra, D., Lestari, N., & Hidayat, A. (2022). Pertumbuhan penjualan sebagai indikator kinerja operasional perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 101–115.

Sari, R., & Andriani, D. (2020). Kepemilikan institusional sebagai mekanisme pengawasan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 55–69.

Wulandari, P. A., & Putra, I. M. (2021). Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap keputusan manajemen keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1720–1732.