

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang paling besar. Selain pajak, sumber pendapatan atau penerimaan negara yang lainnya berasal dari penerimaan bukan pajak dan hibah. Pajak berkontribusi besar terhadap pembangunan negara di berbagai sektor seperti Kesehatan, Pendidikan, dan infrastruktur (Wulandari, 2022).

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh individu atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Direktorat Jenderal Pajak, 2022). Menurut data Kementerian Keuangan Republik Indonesia dalam lima tahun terakhir, terjadi peningkatan penerimaan pajak dari tahun ke tahun. Berikut merupakan persentase realisasi dan target penerimaan pajak dari tahun 2020 hingga 2024.

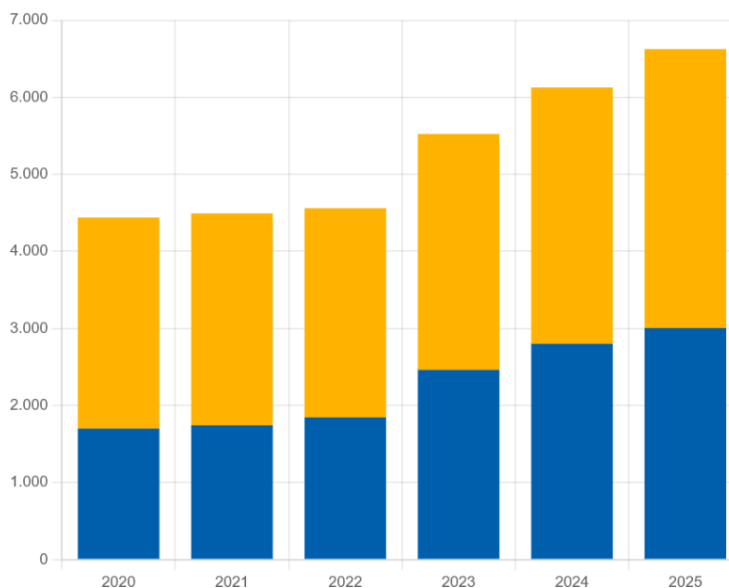
Tabel 1. 1 Target penerimaan pajak

Tahun	Target Penerimaan Pajak	Realisasi Penerimaan Pajak	Presentase Penerimaan
2020	1.404	1.285,1	91,50%
2021	1.444	1.547,8	107,15%
2022	1.784	2.034,5	114,04%
2023	1.946	2.118,3	108,8%
2024	2.307,9	2.309,9	100,5%

Sumber : Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2024, data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, persentase penerimaan pajak dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi selama 2021-2024, yang artinya penerimaan pajak yang diterima oleh negara kurang maksimal jika dibandingkan dengan target penerimaannya. Pada tahun 2020 presentase penerimaan pajak adalah 91,50 % hal tersebut menunjukkan target pajak yang sudah ditentukan tidak tercapai. Tahun 2021-2022 persentase penerimaan pajak mengalami peningkatan, di tahun 2021 presentase pajak 107,15% dan di tahun 2022 naik menjadi 114,04%. Kenaikan presentase tersebut menunjukkan bahwa target penerimaan pajak telah terpenuhi, bahkan dapat melampaui target yang sudah ditetapkan. Persentase penerimaan pajak pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 108,8%, meskipun persentase tersebut turun, target penerimaan pajak telah terpenuhi. Tahun 2024, presentase penerimaan pajak mengalami penurunan sebesar 100,5%, meskipun terjadi penurunan persentase penerimaan pajak, realisasi penerimaan pajak dapat melampaui target. Tren penurunan ini menggambarkan bahwa pelaku pajak yang ada di Indonesia cenderung melakukan upaya penghindaran pajak, sehingga fenomena ini menarik untuk diteliti.

Gambar 1. 1 Grafik data penerimaan dan belanja APBN



Sumber : Statistik Penerimaan APBN, Direktorat Jenderal Pajak

Kontribusi pajak terhadap pendapatan negara tercermin dari realisasi penerimaan pajak tahun 2024 yang mencapai Rp2.842,5 triliun atau 101,4% dari target APBN, dengan pertumbuhan sebesar 2,1% dibandingkan tahun sebelumnya (Kementerian Keuangan, 2025). Capaian tersebut menunjukkan bahwa pajak tetap menjadi sumber utama pembiayaan negara. Meskipun secara agregat penerimaan pajak mampu memenuhi target, dinamika persentase realisasi dari tahun ke tahun mencerminkan adanya fluktuasi yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan perilaku wajib pajak. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana perusahaan mengelola kewajibannya, termasuk potensi praktik *tax aggressiveness* yang dapat mempengaruhi optimalisasi penerimaan negara dalam jangka panjang.

Perusahaan didefinisikan sebagai suatu lembaga dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif untuk memperoleh keuntungan (Di & Periode, 2023). Jumlah pendapatan pajak yang diterima pemerintah dipengaruhi oleh keuntungan perusahaan. Perusahaan yang beroperasi serta melakukan kegiatan bisnis di wilayah Indonesia mempunyai kewajiban untuk menyetorkan pajak kepada negara (Kurniati, 2021). Ketentuan mengenai tarif Pajak Penghasilan (PPh) Badan di Indonesia telah mengalami sejumlah perubahan seiring dengan perkembangan regulasi perpajakan. Melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang merupakan perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, ditetapkan bahwa mulai tahun pajak 2009 diberlakukan tarif tunggal PPh Badan sebesar 28%. Ketentuan ini kemudian disesuaikan kembali sehingga tarif tersebut diturunkan menjadi 25% yang berlaku sejak tahun pajak 2010 dan seterusnya.

Perusahaan senantiasa berusaha memaksimalkan laba dengan menekan berbagai pengeluaran, termasuk pajak, karena biaya tersebut menjadi tanggungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan merancang strategi untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan guna mempertahankan tingkat keuntungan yang diinginkan serta mengoptimalkan kinerja finansialnya (Aris, 2022). Salah satu cara yang umum dilakukan adalah melalui perencanaan pajak. Perencanaan pajak merupakan langkah sistematis yang ditempuh perusahaan untuk mengatur kewajiban perpajakannya secara efisien (Alkausar et al., 2023). Berbagai strategi dapat dilakukan oleh entitas bisnis untuk menekan kewajiban pajaknya, yang dikenal sebagai tindakan

agresivitas pajak, yang selanjutnya akan disebut dengan istilah *tax aggressiveness*. Dalam perspektif *agency theory* praktik *tax aggressiveness* muncul akibat konflik kepentingan dan terjadi asimetri informasi antara otoritas pajak sebagai *principal* dan perusahaan sebagai *agent*, dimana perusahaan berusaha untuk melakukan praktik penghindaran pajak untuk keuntungan perusahaan itu sendiri. *Tax aggressiveness* menggambarkan perilaku perusahaan dalam memanfaatkan celah atau kelemahan dalam peraturan perpajakan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Praktik *tax aggressiveness* terdiri dari dua cara, yaitu *tax avoidance* yang dilakukan melalui perencanaan pajak yang sesuai dengan aturan dan ketentuan, serta *tax evasion* yang dilakukan dengan cara melanggar hukum atau secara ilegal untuk menghindari kewajiban membayar pajak (Amyulianthy et al., 2025). Dengan kata lain, *tax aggressiveness* menggambarkan tindakan perencanaan pajak yang dilakukan secara berlebihan dan memanfaatkan ketentuan pajak secara tidak tepat sehingga dipandang sebagai bentuk penghindaran pajak yang tidak dapat dibenarkan (Takasanakeng, 2022).

Kasus *tax aggressiveness* di Indonesia terjadi pada Perusahaan PT Unilever Oleochemical Indonesia, Perusahaan tersebut terindikasi melakukan penghindaran pajak. Sengketa pajak antara PT Unilever Oleochemical Indonesia dengan Direktorat Jenderal Pajak bermula dari ditemukannya koreksi atas kewajiban perpajakan perusahaan. Koreksi tersebut membuat perusahaan dinilai memiliki pajak kurang bayar. Tidak menerima hasil pemeriksaan tersebut, Unilever Oleochemical kemudian menempuh jalur keberatan dan berlanjut ke proses banding. Namun, hasil banding tidak memuaskan perusahaan sehingga mereka mengajukan upaya hukum Peninjauan

Kembali (PK) ke Mahkamah Agung. Dalam pemeriksaan di tingkat PK, Mahkamah Agung menilai bahwa alasan yang diajukan oleh perusahaan tidak memenuhi ketentuan dan tidak cukup kuat untuk membatalkan putusan sebelumnya. Mahkamah Agung menegaskan bahwa koreksi yang dilakukan otoritas pajak telah sesuai dengan ketentuan formal maupun material dalam peraturan perpajakan (Putusan Mahkamah Agung, 2023). Tidak hanya terjadi di Indonesia kasus *tax aggressiveness* telah menjadi permasalahan global, pada perusahaan sektor yang serupa, kasus tersebut terjadi di Australia dan India.

Perusahaan Pepsi atau PepsiCo adalah grup minuman global dan merupakan pemilik IP untuk merek Pepsi, Mountain Dew, dan Gatorade. Kasus hukum antara Otoritas Pajak Australia dengan PepsiCo, Inc. yang berlangsung dari tahun 2009 hingga 2025 merupakan persengketaan pajak yang cukup signifikan dalam sejarah perpajakan Australia. Awal mula kasus ini bermula pada tahun 2009 ketika PepsiCo melakukan restrukturisasi perjanjian dengan botolir independen di Australia melalui *Exclusive Bottling Appointment* (EBA). Selama periode 2018-2019, otoritas pajak Australia mulai mempertanyakan struktur perjanjian yang diterapkan PepsiCo. Komisioner Pajak Australia menerbitkan surat ketetapan *Diverted Profits Tax* (DPT) dan menilai bahwa pembayaran dari botolir kepada PepsiCo seharusnya dikenai pajak royalti. Persidangan tingkat pertama yang digelar pada 30 November 2023 berakhir dengan kekalahan bagi PepsiCo, dimana pengadilan memutuskan mendukung posisi Komisioner Pajak untuk kedua masalah yaitu pajak royalti dan DPT (PwC Australia, 2025).

Perusahaan Nestle di India, Pada Oktober 2023, Mahkamah Agung India menyelesaikan sengketa panjang dalam perkara *AO v. Nestle SA* yang berkaitan dengan penafsiran klausul *Most Favored Nation* (MFN) dalam *Double Taxation Avoidance Agreements* (DTAA). Putusan Pengadilan Tinggi Delhi kemudian menegaskan kembali komitmennya terhadap putusan tersebut dan menolak klaim yang bertentangan. Kombinasi kedua putusan ini memperlihatkan pentingnya menilai secara kritis putusan Mahkamah Agung dan memahami dampaknya untuk menentukan apakah perdebatan mengenai MFN benar-benar telah terselesaikan secara menyeluruh. Mahkamah Agung India menolak permohonan peninjauan kembali Nestle terkait klausul "*Most Favored Nation*" (MFN) dalam Perjanjian Penghindaran Pajak Berganda (P3B). Sehingga Nestle dikenakan denda sebesar ₹69,45 lakh (Narain, 2024). Beberapa kasus tersebut menunjukkan bahwa *tax aggressiveness* tidak hanya terjadi di Indonesia tetapi sudah menjadi permasalahan global, dimana kasus *tax aggressiveness* tidak dapat dihindari oleh perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tindak *tax aggressiveness* tersebut antara lain *financial distress*, *corporate social responsibility*, dan *firm size*.

Kesulitan ekonomi yang terjadi secara global dan regional, ditambah dengan dampak pandemi COVID-19 yang tidak kunjung mereda, telah membuat banyak pelaku usaha mengalami tekanan dan kesulitan finansial atau *financial distress* (Yu et al., 2025). Perbaikan kondisi ekonomi pasca COVID masih sangat relevan pada penelitian ini karena periode tahun amatan yang akan diteliti, yaitu pada tahun 2020 hingga 2024 yang mana kondisi kesulitan keuangan juga akan turut tergambar di dalamnya. Kesulitan keuangan yang selanjutnya akan disebut dengan *financial distress*

merupakan situasi ketika perusahaan menghadapi tekanan keuangan sehingga kesulitan dalam memenuhi kewajiban dan membayar beban operasionalnya (Tya et al., 2021). Saat perusahaan mengalami tekanan keuangan, perusahaan biasanya berusaha mengembalikan stabilitas melalui berbagai strategi pemulihan kondisi keuangan (Aris, 2022). Keadaan tersebut membuat kecenderungan perusahaan untuk melakukan tindakan agresif dalam perpajakan akan meningkat, terutama jika pada saat yang sama terjadi krisis keuangan global yang memperburuk situasi (Aris, 2022).

Financial distress mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi efisiensi beban, termasuk beban pajak, guna menjaga kelangsungan operasional dan kondisi keuangan. Oleh karena itu, praktik *tax aggressiveness* melalui pengoptimalan kelemahan regulasi perpajakan sering dianggap sebagai alternatif yang memungkinkan untuk menambah arus kas dan mengurangi tekanan keuangan (Wardhana et al., 2025). Selain itu Zhou et al., (2023) berpendapat bahwa perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan atau *financial distress* dapat meningkatkan dana yang ada di perusahaan dengan tindakan *tax aggressiveness*. Penelitian yang telah dilakukan oleh Aris (2022) menyebutkan bahwa *financial distress* berpengaruh positif terhadap *tax aggressiveness*, karena perusahaan yang mengalami *financial distress* atau kesulitan keuangan biasanya perusahaan mengalami peningkatan beban operasional yang tinggi, kesulitan memperoleh pendanaan, dan liabilitas atau kewajiban yang harus dipenuhi tidak dapat dibayarkan saat jatuh tempo. (Wardhana et al., 2025) dan Oktaviano et al., (2024) juga menyebutkan bahwa *financial distress* berpengaruh positif terhadap *tax aggressiveness*. Penelitian tersebut berbanding terbalik dengan hasil dari

Takasanakeng (2022) yang menyatakan bahwa *financial distress* berpengaruh negatif terhadap *tax aggressiveness*, hal ini dikarenakan dapat disebabkan oleh adanya tingkat kesadaran yang tinggi dari manajemen sebagai wajib pajak terhadap pemenuhan kewajibannya kepada negara.

Investasi perusahaan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat mendorong terciptanya kesempatan kerja baru, meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, serta mendukung pemerataan sosial (Bhattacharyya & Imam, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba, tetapi juga perlu memperhatikan nilai etika dan aspek sosial dalam operasionalnya (Bhattacharyya & Imam, 2024). Menurut (Saf et al., 2024) adanya CSR dalam perusahaan dapat berperan dalam menentukan tingkat *tax aggressiveness* suatu entitas. Penerapan strategi *tax aggressiveness* secara fundamental mencerminkan ketidakpatuhan perusahaan terhadap kewajiban sosialnya. Praktik *tax aggressiveness* ini akan memicu respons negatif dari masyarakat yang berpotensi merusak citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan *stakeholder* terhadap entitas bisnis tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hajawiyah et al., (2022) menyatakan bahwa hubungan CSR dan *tax aggressiveness* adalah negatif, hal ini dikarenakan semakin tinggi perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR maka akan semakin rendah perusahaan melakukan *tax aggressiveness*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bisnis yang agresif terhadap pajak cenderung berusaha mengalihkan perhatian publik dengan memperluas pengungkapan aktivitas CSR mereka untuk menciptakan citra yang baik di mata publik. Aris, (2022), Laksmi et al., (2022), Saf et al., (2024) dan Mkadmi & Ben Ali,

(2024) juga telah melakukan penelitian lain yang memiliki hasil *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap *tax aggressiveness*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widuri, (2023) dan Fuadah & Kalsum, (2021) menyatakan bahwa CSR berpengaruh secara positif terhadap *tax aggressiveness* karena perusahaan melakukan kegiatan CSR untuk menutupi dampak negatif dari tindakan *tax aggressiveness* yang perusahaan tersebut lakukan.

Firm size adalah sebuah skala yang digunakan dalam mengukur seberapa besar sebuah perusahaan (Amyulianthy et al., 2025). *Firm size* dapat ditentukan melalui berbagai indikator seperti total aset, penjualan, kapitalisasi pasar, dan rata-rata volume penjualan (Khasanah et al., 2022). Penelitian ini menggunakan total aset sebagai dasar pengukuran ukuran perusahaan, karena aset dianggap mampu menunjukkan kapasitas perusahaan dalam menjalankan operasional. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memanfaatkan asetnya secara produktif dalam menjalankan aktivitas operasional (Felisca et al., 2024). Aset yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut akan mengalami depresiasi secara berkala. Depresiasi ini dapat mengurangi laba bersih sehingga berdampak pada penurunan jumlah pajak terutang (Aris, 2022). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula aset dan potensi laba yang dihasilkan. Namun, peningkatan laba juga diikuti oleh meningkatnya kewajiban perpajakan. Situasi tersebut mendorong perusahaan berskala besar untuk menjalankan strategi agresif dalam perpajakan guna mengurangi beban pajaknya (Hajawiyah et al., 2024). Perusahaan yang memiliki insentif yang tinggi untuk melakukan perencanaan pajak

guna meningkatkan arus kas melalui penghematan pajak (Zhou et al., 2023). Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pajak yang harus dibayarkan, maka ukuran perusahaan atau *firm size* memiliki pengaruh terhadap *tax aggressiveness*, yang menunjukkan pengaruh positif. Dibuktikan dari hasil penelitian Khasanah et al., (2022), Aris (2022), Felisca (2024) Hajawiyah et al., (2024), Amyulianthy et al., (2025) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap *tax aggressiveness*. Entitas usaha berskala besar umumnya menghadapi kewajiban pajak yang lebih besar, sejalan dengan tingginya jumlah aset dan penjualan yang dimiliki. Besarnya aset dan aktivitas penjualan tersebut akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dan berdampak pada meningkatnya beban pajak (Hajawiyah et al., 2024).

Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang memproduksi barang dan jasa untuk kebutuhan pokok sehari-hari. Contoh industri dari *consumer non-cyclicals* adalah makanan dan minuman, ritel, dan produk rumah tangga (idx, 2023). Sektor manufaktur merupakan kontributor utama dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data BPS (2022), sektor ini secara konsisten menyumbang lebih dari 19% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menjadikannya sektor dengan peranan terbesar dalam struktur ekonomi nasional. Saat ini berdasarkan Bursa Efek Indonesia penggunaan istilah perusahaan manufaktur sudah tidak digunakan, akan tetapi diganti dengan *consumer non cyclicals* dan *basic materials*.

Perusahaan sektor ini dipilih dengan beberapa alasan. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* memegang peran penting karena menghasilkan produk yang

menjadi kebutuhan pokok masyarakat, seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan barang rumah tangga, yang permintaannya relatif stabil meskipun kondisi ekonomi berfluktuasi (Amyulianthy et al., 2025). Perusahaan pada sektor ini memiliki karakteristik struktur biaya yang berbeda dibandingkan dengan sektor lain, khususnya terkait tingginya intensitas persediaan. Perusahaan pada sektor ini menghasilkan produk yang umumnya memiliki masa simpan yang relatif pendek dan proses produksi yang berkelanjutan, sehingga nilai persediaan cenderung besar serta mengalami fluktuasi (Alkausar et al., 2023). Kondisi tersebut memberi insentif bagi manajemen untuk mengelola beban pajak secara agresif agar laba bersih tetap optimal, sambil tetap menjaga reputasi perusahaan di mata publik (Amyulianthy et al., 2025). Selain itu, terdapat kasus terkait *tax aggressiveness* yang terjadi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*, yang dilakukan oleh PT Unilever Olechemical Indonesia sebagai fenomena yang terjadi di Indonesia, bahkan fenomena ini juga telah menjadi isu global seperti kasus yang ada pada PepsiCo di Australia, dan Nestle di India.

Penelitian terkait *financial distress*, *corporate social responsibility*, dan *firm size* terhadap *tax aggressiveness*, telah banyak dilakukan. Namun hasil dari beberapa penelitian menunjukkan perbedaan hasil antar penelitiannya. Salah satunya ada penelitian yang menunjukkan bahwa *financial distress* meningkatkan *tax aggressiveness* karena perusahaan berupaya menekan beban pajak saat menghadapi tekanan keuangan (Agustini, 2023). Penelitian lainnya menyatakan bahwa perusahaan yang mengalami *financial distress* justru menghindari risiko tambahan sehingga tidak agresif dalam perpajakan (Takasanakeng, 2022). Perbedaan tersebut tentu merupakan

hal yang wajar mengingat adanya berbagai pembeda antara penelitian ini dan penelitian terdahulu. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada kombinasi variabel, alat bantu *software* analisis, dan lingkup penelitian. Pada penelitian terdahulu menggunakan beberapa variabel yang berbeda seperti *leverage*, *capital intensity*, *firm size* dan *sales growth*, serta beberapa melibatkan variabel moderasi, akan tetapi penelitian ini lebih fokus pada pengaruh langsung *financial distress*, CSR, dan *firm size*. Selain itu, penggunaan alat uji EViews 13 dan pemilihan sektor *consumer non-cyclicals* periode 2020-2024 memberikan keterbaruan yang membedakannya dari studi terdahulu yang umumnya menggunakan SPSS atau SEM-PLS pada sektor yang berbeda. Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dijelaskan di atas maka disusunlah penelitian untuk meneliti pengaruh *financial distress*, *Corporate Social Responsibility*, dan *firm size* terhadap *tax aggressiveness* **“Determinasi Tax Aggressiveness Ditinjau dari Financial Distress, Corporate Social Responsibility, dan Firm Size pada Sektor Consumer Non-Cyclicals.”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *financial distress* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*?
2. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*?
3. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji, mengetahui dan menganalisis pengaruh *Financial Distress* terhadap *tax aggressiveness* pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024
2. Untuk menguji, mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *tax aggressiveness* pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024
3. Untuk menguji, mengetahui dan menganalisis pengaruh *Firm size* terhadap *tax aggressiveness* pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman dan penerapan *agency theory* yang menjelaskan hubungan antara manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya ketika terjadi konflik kepentingan. Melalui variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan memandang CSR sebagai bentuk transparansi yang dapat mengurangi asimetri informasi antara manajer dan pemangku kepentingan, sehingga peluang manajer untuk melakukan praktik

penghindaran pajak secara tersembunyi menjadi lebih kecil. Selain itu, variabel *financial distress* digunakan untuk memperkaya kajian mengenai perilaku oportunistik manajer, di mana manajer cenderung lebih berani mengambil risiko terkait kebijakan pajak ketika perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang tertekan, dengan tujuan menjaga likuiditas perusahaan. Selanjutnya, dengan memasukkan variabel *firm size*, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana ukuran perusahaan memengaruhi tingkat pengawasan yang diterima manajer dalam menyeimbangkan antara tanggung jawab sosial perusahaan, kepatuhan terhadap peraturan perpajakan, serta tuntutan dari para pemegang saham.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan sumber informasi bagi Perusahaan dalam mengatur strategi dan pengambilan keputusan perpajakan yang tepat, agar terhindar dari tindakan *tax aggressiveness*.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintahan khususnya Direktorat Jendral Pajak (DJP) dalam mempertimbangkan pembuatan kebijakan dan regulasi perpajakan yang lebih efektif untuk mengetahui dan mencegah praktik *tax aggressiveness*.