

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024

SKRIPSI



Oleh

RENATA MELATI AL MERDINY

NIM : 210502110112

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi (S.Akun)



Oleh

RENATA MELATI AL MERDINY

NIM : 210502110112

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Oleh
Renata Melati Al Merdiny
NIM : 210502110112

Telah Disetujui Pada Tanggal 17 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A
NIP. 1975103020232120

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024

SKRIPSI

Oleh

RENATA MELATI AL MERDINY

NIM : 210502110112

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Sri Andriani, M.Si

NIP. 197503132009122001

2 Anggota Penguji

Dr. Meldona, MM

NIP. 197707022006042001

3 Sekretaris Penguji

Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

NIP. 197510302023212004

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renata Melati Al Merdiny

NIM 210502110112

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “**SKRIPSI**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

“PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024”

Selanjutnya apabila dikemudian hari terdapat “**Klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 Juni 2025

Hormat saya,



Renata Melati Al Merdiny

NIM: 210502110112

LEMBAR PERSEMBAHAN

Pada bagian ini, penulis mempersembahkan karya tulis ini kepada orang-orang yang penulis cintai dan menjadi alasan skripsi ini dapat diselesaikan. Pertama, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada pahlawan keluarga, sosok ayah bernama **Martono**, yang selama ini tidak mengenal waktu dan lelah dalam berjuang demi penulis. Berkat pengorbanan beliau, penulis dapat merasakan dan menyelesaikan pendidikan S1. Sejak kecil, penulis selalu merasakan kasih sayang yang tulus dari ayah, tanpa pernah sekalipun mendengar kata kasar darinya. Itulah yang menjadi sumber semangat terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya, sosok yang tak kalah berarti dalam hidup penulis adalah ibu, **Miah**, perempuan yang menjadi *madrasah* pertama sekaligus tempat pulang paling hangat bagi penulis. Beliau dengan penuh kasih mendidik dan membesarkan penulis sejak kecil, merawat setiap langkah, dan mengajarkan arti keteguhan hati. Ketika ayah harus bertugas, beliau lah yang menggantikan perannya tanpa pernah mengeluh, memastikan penulis tetap merasa dicintai dan dijaga. Doa-doanya yang tak pernah putus menjadi cahaya yang menuntun penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga mempersembahkan karya ini kepada kedua kakak dan adik tercinta, **Oktavia Ria Vungky Vinanti** dan **Fahrilzky Firdaus Al Bara**. Kehadiran mereka menjadi kekuatan tersendiri yang mengiringi penulis hingga berada di titik ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada pelatih, **Faisal Nur Cahyo**, yang bukan hanya membimbing, tetapi juga membentuk karakter penulis. Beliau mengajarkan penulis membedakan yang benar dan salah, mendampingi dalam berbagai lomba yang membuka jalan pendidikan penulis, dan melakukan semuanya dengan penuh keikhlasan tanpa pernah meminta imbalan. Ketulusan beliau menjadi salah satu cahaya dalam perjalanan hidup penulis. Tidak lupa, penulis menyampaikan terima kasih khusus kepada sahabat tercinta, **Dian Rifqi Fauza**, yang telah menemani sejak awal perkuliahan. Dialah tempat penulis berbagi keluh kesah, tawa, serta cerita panjang selama empat tahun perjalanan yang tidak selalu mudah. Kehadirannya menjadi penguat dalam banyak langkah penulis. Penulis berharap persahabatan ini tetap terjaga, dan semoga kenangan serta kebaikan yang telah terbagi tidak pernah terlupakan.

Penulis juga menyampaikan terima kasih terdalam kepada kekasih penulis, **Aditya Ramadhan**, yang telah menemani sejak masa SMA hingga hari ini. Dalam setiap proses yang melelahkan, dialah *support system* yang selalu menjadi tempat bersandar ketika dunia terasa berat. Kesetiaan dan dukungannya menjadi bagian berharga yang membantu penulis bertahan hingga skripsi ini selesai. Tak lupa, kepada teman-teman tersayang: **Addini Fitri Fadilah**, **Puput Ayyil Yuniar**, **Natasya Aprilianti**, **Raaina**, **Nadila Istima' Fadhil**, dan **Anis Oktavia**, yang membuat perjalanan perkuliahan penuh warna dan lebih ringan dijalani. Dan akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada **diri sendiri**, telah bertahan, bangkit dari setiap lelah, dan tetap melangkah maju hingga akhirnya mampu lulus tepat waktu. Perjuangan ini tidak mudah, namun penulis berhasil melewatinya dengan keberanian dan keteguhan hati.

LEMBAR MOTTO

رِضَا اللَّهِ فِي رِضَا الْوَالِدَيْنِ, وَسَخَطُ اللَّهِ فِي سَخَطِ الْوَالِدَيْنِ

“Ridha Allah ada pada ridha kedua orang tua dan kemurkaan Allah ada pada kemurkaan kedua orang tua” (HR. Tirmidzi, Ibnu Hibban, Hakim)

أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ ﴿٦٨﴾ ءَأَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنْزِلُونَ ﴿٦٩﴾ لَوْ نَشَاءُ جَعَلْنَاهُ أُجَاجًا فَلَوْلَا تَشْكُرُونَ ﴿٧٠﴾

"Pernahkah kamu memperhatikan air yang kamu minum ? Kamukah yang menurunkannya dari awan ataukah Kami yang menurunkannya? Kalau Kami kehendaki niscaya Kami jadikan dia asin, maka mengapakah kamu tidak bersyukur?" (QS Al-Waqiah ayat 68-70)

“Maaf atas perjalanan yang tidak sempurna, namun percayalah untukmu kujual dunia”
-Feast.

“Hadapi semuanya langsung dimuka, apapun yang terjadi tidak apa”
-Hindia

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kepemilikan Institusional, Capital Intensity, dan Advertising terhadap Tax Avoidance dengan Profitabilitas Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Tahun 2020–2024”* merupakan bagian dari pemenuhan tugas akhir dalam menempuh jenjang pendidikan strata satu (S1) di Program Studi Akuntansi.

Skripsi ini tidak hanya menjadi syarat akademik semata, melainkan juga merupakan hasil dari proses pembelajaran panjang yang penuh tantangan, kesabaran, dan ketekunan. Dalam setiap tahapan penulisan, saya merasakan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak., CA., M.Res., Ph.D., Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan keteguhan telah membimbing serta memberikan masukan berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman yang sangat berarti selama masa studi.
6. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu menyertai langkah saya dengan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tidak pernah surut. Segala pencapaian ini tak akan mungkin terwujud tanpa cinta dan pengorbanan mereka.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
LEMBAR MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
الملخص.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Teori Keagenan (Agency Theory)	17
2.2.2 Tax avoidance	19
2.2.3 Kepemilikan institusional	20
2.2.4 Capital Intensity	22
2.2.5 Advertising.....	24
2.2.6 Profitabilitas.....	26
2.2.7 Advertising dalam prespektif islam.....	27
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis.....	30
2.4.1 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap <i>tax avoidance</i>	30

2.4.2 Pengaruh capital intensity terhadap tax avoidance	31
2.4.3 Pengaruh advertising terhadap tax avoidance.....	32
2.4.4 Profitabilitas memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap <i>tax avoidance</i>	32
2.4.5 Profitabilitas Memoderasi Pengaruh <i>Capital Intensity</i> Terhadap <i>Tax avoidance</i>	33
2.4.6 Profitabilitas Memoderasi Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap <i>Tax avoidance</i>	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sempel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sempel	37
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5 Data dan Jenis Data	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	40
3.7.1 Variabel Independen (X)	40
3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	42
3.7.3 Variabel Moderasi (Z)	43
3.8 Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	44
3.8.2 Analisis Regresi Data Panel.....	44
3.8.3 Pemilihan metode pengujian data panel	46
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.5 Uji Hipotesis	50
3.8.6 Moderated Regression Analysis (MRA).....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	52
4.1.3 Penentuan Model Estimasi Data Panel	54

4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel	57
4.1.6 Uji Hipotesis	58
4.2 Pembahasan	61
4.2.1 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap <i>tax avoidance</i>	61
4.2.2 Pengaruh capital intensity terhadap <i>tax avoidance</i>	62
4.2.3 pengaruh advertising terhadap <i>tax avoidance</i>	63
4.2.4 Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap <i>tax avoidance</i>	64
4.2.5 profitabilitas mampu memoderasi pengaruh <i>capital intensity</i> terhadap <i>tax avoidance</i>	65
4.2.6 Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh <i>advertising</i> terhadap <i>tax avoidance</i>	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.1 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
DAFTAR LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Spesifikasi Sampel	38
Tabel 3. 2 Sampel Terpilih.....	38
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4. 2 Hasil Uji Chow.....	55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman	55
Tabel 4. 5 Nilai Statistik dari Koefisien Determinasi dan Uji T.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	29
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Statistik Deskriptif.....	81
Lampiran 2 Hasil Uji Chow	81
Lampiran 3 Hasil Uji Hausman.....	81
Lampiran 4 Analisa Regresi Data Panel	82
Lampiran 5 Jurnal Bimbingan.....	83
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	84

ABSTRAK

Renata Melati Al Merdiny.2025, SKRIPSI. Judul “Pengaruh kepemilikan Institusional, *Capital Intensity*, dan *Advertising* Terhadap *Tax Avoidance* dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2024

Pembimbing :Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

Kata Kunci :*Advertising*, *Capital Intensity*, kepemilikan Institusional, profitabilitas *Tax Avoidance* .

Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman menjadi kontributor terbesar terhadap PDB nasional, Keberadaan industri tersebut memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia, dimana akan meningkatkan pendapatan negara terutama dari sektor pajak. Meskipun industri ini memiliki peran strategis dalam meningkatkan penerimaan negara, tingginya beban pajak kerap mendorong perusahaan untuk mencari celah legal guna menekan kewajiban pajaknya. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap efektivitas sistem perpajakan serta berpotensi mengurangi penerimaan negara. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara kepemilikan institusional, *capital intensity*, dan *advertising* terhadap *tax avoidance* dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi data panel. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2024 dengan total populasi sebanyak 29 perusahaan. Sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling, dengan hasil 18 Perusahaan. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan dan diolah menggunakan software E-views 12.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan *advertising* berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang berarti semakin besar kepemilikan institusional dan *advertising* maka semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak. Sebaliknya, *capital intensity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai aktiva tetap perusahaan, semakin besar potensi penghindaran pajaknya. Selain itu, *profitabilitas* terbukti memoderasi secara signifikan hubungan antara kepemilikan institusional, *capital intensity*, dan *advertising* terhadap *tax avoidance*.

ABSTRACT

Renata Melati Al Merdiny.2025, hesis. Title: *“Thesis Effect of Institutional Ownership, Capital Intensity, and Advertising on Tax Avoidance with Profitability as a Moderating Variable in Food and Beverage Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019–2024 Period”*

Supervisor :Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

Keywords :*Advertising, Capital Intensity, Institutional Ownership, Profitability, Tax Avoidance.*

The food and beverage manufacturing sector is one of the largest contributors to national Gross Domestic Product (GDP). This industry's presence positively impacts Indonesia's economy by increasing state revenue, particularly from the taxation sector. Although this industry plays a strategic role in boosting government revenue, the high tax burden often drives companies to seek legal loopholes to reduce their tax obligations. This phenomenon raises concerns about the effectiveness of the tax system and potentially reduces national tax income. Therefore, this study aims to examine the relationship between institutional ownership, capital intensity, and advertising on tax avoidance, with company profitability as a moderating variable.

This research uses a quantitative approach with panel data regression analysis. The population includes food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2024, totaling 29 companies. The sample was selected using purposive sampling, resulting in 18 companies. Data were obtained from the companies' annual financial statements and processed using E-Views 12 software.

The results show that institutional ownership and advertising have a significant negative effect on tax avoidance, indicating that the greater the institutional ownership and advertising, the lower the tendency for companies to avoid taxes. Conversely, capital intensity has a significant positive effect on tax avoidance, implying that the higher the value of fixed assets, the greater the potential for tax avoidance. Moreover, profitability significantly moderates the relationship between institutional ownership, capital intensity, and advertising with tax avoidance.

الملخص

رناتا ميلاتي آل ميرديني. ١٤٤٦ هـ / ٢٠٢٥ م. الرسالة الجامعية بعنوان "تأثير الملكية المؤسسية، وكثافة رأس المال، والإعلان على تجنب الضرائب مع ربحية الشركة كمتغير معدل في شركات التصنيع في قطاع الأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة إندونيسيا للفترة من ٢٠١٩ م إلى ٢٠٢٤ م

المشرفة: الدكتورة نينا دوي ستبانينغسيه، حاصلة على درجة البكالوريوس في الاقتصاد (بكالوريوس اقتصاد)، ودرجة الماجستير في المحاسبة (ماجستير محاسبة)

الكلمات المفتاحية: الإعلان، كثافة رأس المال، الملكية المؤسسية، الربحية، تجنب الضرائب

يُعتبر قطاع الصناعات التحويلية للأغذية والمشروبات من أكبر المساهمين في الناتج المحلي الإجمالي الوطني، حيث يُسهم بشكل إيجابي في دعم الاقتصاد الإندونيسي من خلال زيادة إيرادات الدولة، ولا سيما من قطاع الضرائب. ورغم الدور الاستراتيجي الذي يلعبه هذا القطاع في تعزيز الإيرادات الحكومية، إلا أن العبء الضريبي المرتفع غالباً ما يدفع الشركات إلى البحث عن ثغرات قانونية للحد من التزاماتها الضريبية وتثير هذه الظاهرة القلق بشأن فعالية النظام الضريبي وقد تؤدي إلى انخفاض الإيرادات الضريبية للدولة. بناءً على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الملكية المؤسسية، وشدة رأس المال، والإعلانات على التهرب الضريبي، مع اعتبار ربحية الشركة كمتغير معدل.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي باستخدام تحليل انحدار بيانات اللوحة. وتشمل العينة شركات الصناعات التحويلية للأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة إندونيسيا خلال الفترة (٢٠٢٠-٢٠٢٤) بإجمالي (٢٩) شركة. تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة القصدية، وتم الحصول على (١٨) شركة كعينة (١٢ E-Views). تم جمع البيانات من التقارير المالية السنوية للشركات ومعالجتها باستخدام برنامج

، أظهرت النتائج أن الملكية المؤسسية والإعلانات تؤثران سلباً وبشكل معنوي على التهرب الضريبي مما يشير إلى أنه كلما زادت نسبة الملكية المؤسسية والإنفاق الإعلاني، قلت احتمالية لجوء الشركة إلى التهرب الضريبي. وعلى النقيض من ذلك، فإن شدة رأس المال تؤثر إيجاباً وبشكل معنوي على التهرب الضريبي مما يدل على أنه كلما زادت قيمة الأصول الثابتة، زادت إمكانية التهرب الضريبي. كما أثبتت النتائج أن الربحية تُعدل بشكل معنوي العلاقة بين الملكية المؤسسية، وشدة رأس المال، والإعلانات مع التهرب الضريبي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perusahaan manufaktur memiliki peran yang sangat signifikan terhadap laju ekonomi saat ini, dimana perusahaan manufaktur berkontribusi pada pertumbuhan dan stabilitas perekonomian nasional. Hal tersebut didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat saat ini adalah industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman, industri tersebut mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 2,54% dari tahun 2020 ke 2021, dengan total nilai produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp1,12 kuadriliun. Pada triwulan II-2021, sektor ini menjadi kontributor terbesar terhadap PDB nasional dengan angka 6,66%, menggambarkan posisi strategisnya dalam pembangunan ekonomi (Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, 2025). Keberadaan industri tersebut otomatis memberikan dampak positif bagi perekonomian di Indonesia, dimana akan meningkatkan pendapatan negara terutama dari sektor pajak.

Disisi lain perusahaan atau badan merasa terbebani dengan adanya pajak karena pajak menjadi sebuah biaya yang bisa sebagai pengurangan dari laba perusahaan dimana pengurangan tersebut dengan nominal yang tidak sedikit (Hariant, 2022). Melalui *agency theory* hal tersebut bisa menyebabkan adanya perbedaan kepentingan antara fiskus dengan perusahaan karena fiskus sebagai

prinsipal (pemangku kepentingan) menginginkan penerimaan pajak yang sebesar-besarnya dari masyarakat sedangkan perusahaan sebagai agen menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin kepada negara. (Fasiska et al., 2023). Sehingga timbul upaya perusahaan untuk menekan beban pajak yang dibayarkan dengan memanfaatkan peraturan perpajakan yang belum jelas *grey area* yang dapat digunakan untuk meringankan beban pajak atau yang dikenal dengan istilah perencanaan pajak (Bandaro & Ariyanto, 2020). Tax avoidance menjadi salah satu cara perencanaan pajak legal dalam upaya meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan.

Urgensi dari permasalahan ini terletak pada meningkatnya kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik *tax avoidance*, yang meskipun legal, namun berdampak pada potensi hilangnya penerimaan negara secara signifikan. Praktik ini menjadi perhatian penting mengingat kontribusi sektor makanan dan minuman terhadap PDB cukup tinggi, sehingga jika praktik penghindaran pajak terus terjadi secara sistematis dalam industri ini, maka akan melemahkan fungsi pajak sebagai sumber pembiayaan utama pembangunan nasional.

Salah satu fenomena praktik *tax avoidance* yang pernah terjadi pada perusahaan sektor makanan dan minuman yaitu kasus PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk yang berawal dari dilakukannya pemekaran usaha dengan cara mendirikan sebuah perusahaan baru dan mengalihkan aset, kewajiban dan operasional Divisi *Noodle* (pabrik mie instan dan bumbu) kepada PT. Indofood CBP Sukses Makmur sesuai akta tanggal 2 September 2009. Salah satu fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan subsektor makanan dan minuman juga

merupakan perusahaan yang ikut andil dalam tindakan penghindaran pajak (Izzati, 2021).

Berbagai faktor dapat mempengaruhi praktik *tax avoidance* dalam suatu perusahaan, seperti kepemilikan institusional yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *tax avoidance*. Karena adanya tanggung jawab perusahaan kepada pemegang saham, maka kepemilikan institusional memiliki insentif untuk memastikan bahwa manajemen perusahaan mampu membuat keputusan yang akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (N. M. Dewi, 2019). Besarnya kepemilikan institusional akan berdampak pada besarnya pengendalian terhadap perusahaan dari sisi luar, dimana pihak institusional memberi dorongan perusahaan untuk menghindari pajak guna memaksimalkan keuntungan (Zaenuddin & Thamrin, 2023).

Penelitian mengenai hubungan antara kepemilikan institusional dan *tax avoidance* telah menjadi topik yang sering dibahas dalam literatur keuangan dan akuntansi. Banyak studi sebelumnya yang mencoba mengungkap sejauh mana peran pemegang saham institusional dalam mempengaruhi kebijakan pajak perusahaan, khususnya dalam mengurangi beban pajak melalui praktik *tax avoidance*. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi (2019) mengungkapkan bahwa Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jasmine, 2017; Sanchez & Mulyani, 2020; Hana Khoirun Nisa, 2024) namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sohail Aslam, 2021; Afridayani &

Ramlan Nugraha, 2024; Nurdyastuti, 2019) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktor selanjutnya yaitu *Capital Intensity*. Dimana *Capital Intensity* ini dapat mempengaruhi beban penyusutan karena pada dasarnya aset tetap akan mengalami penyusutan pada setiap tahunnya sehingga dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Beban pajak yang menurun dapat memaksimalkan laba yang perusahaan. Semakin besar ratio *Capital Intensity* maka akan semakin besar beban penyusutan dan tindakan *tax avoidance* juga akan semakin tinggi.(S. L. Dewi & Oktaviani, 2021). Adapun penelitian yang menguji hubungan antara *Capital Intensity* dan *tax avoidance* dilakukan oleh Afridayani & Ramlan Nugraha (2024) dengan hasil *capital intensity* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*, karena tarif pajak efektif yang lebih rendah akan menginvestasikan lebih banyak modal dalam aset tetap. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Lukito & Sandra (2021) dan Muliana et al., (2024) yang menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani, (2021) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Di sisi lain *advertising* sebagai bagian dari strategi pemasaran perusahaan juga dapat menjadi faktor praktik *tax avoidance*. mengacu pada PMK Nomor 02/PMK. 03/ 2010 pada pasal 2 tertulis bahwa biaya promosi yang boleh mengurangi penghasilan bruto adalah biaya yang mencakup biaya *advertising* pada media cetak, biaya *advertising* pada media elektronik, biaya yang muncul karena pengenalan produk baru, dan pembiayaan sponsor. Semakin sering perusahaan

melakukan kegiatan *advertising*, maka biaya yang harus dikeluarkan semakin tinggi. Tingginya biaya *advertising* berdampak pada menurunnya laba sehingga menurunkan beban pajak (Ari Diyani & Aulia Rahman, 2022). penelitian dari Suharto et al., (2022) bahwa *Advertising* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *advertising* meningkat maka kecenderungan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak juga akan meningkat. Semakin besar *advertising* suatu perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan penekanan beban pajak secara optimal. Penelitian tersebut sejalan oleh penelitian Fatmati dan Solikin (2018) serta Sugitha dan Supadmi (2016). Adapun penelitian Hana Khoirun Nisa (2014) *advertising* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*, penelitian tersebut didukung oleh Anita et al (2020) dan Ari Diyani & Aulia Rahman (2022)

Selain faktor-faktor tersebut ada faktor lain yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *tax avoidance* yaitu profitabilitas, yang terdiri dari beberapa rasio, salah satunya adalah *return of asset* (ROA). Ketika nilai ROA tinggi maka hal tersebut menjelaskan adanya efisiensi yang dilakukan oleh pihak manajemen. Ketika laba yang diperoleh membesar, maka jumlah pajak penghasilan akan meningkat sesuai dengan peningkatan laba perusahaan sehingga kecenderungan untuk melakukan *Tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkat.(Bulawan et al., 2023). Selaras dengan penelitian yang menguji pengaruh antara profitabilitas dengan *tax avoidance* yang dilakukan oleh Putri & Halmawati (2023) dan Putra & Zahroh (2023) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance* diterima.

Dalam penelitian ini profitabilitas akan menjadi variabel moderasi dari pengaruh kepemilikan institusional, *Capital Intensity*, dan *Advertising* terhadap *tax avoidance*. Safira (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *capital intensity* terhadap *tax avoidance*. Sanchez & Mulyani (2020) juga menunjukkan bahwa Profitabilitas memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*.

Berdasarkan tinjauan literatur, terdapat beberapa *gap* penelitian yang dapat memberikan landasan kuat bagi penelitian ini. Pertama, hasil dari beberapa penelitian terdahulu mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan dalam hubungan antara variabel-variabel terkait dan *tax avoidance*, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas. Misalnya, pada penelitian mengenai kepemilikan institusional, terdapat beberapa studi yang menemukan pengaruh positif signifikan kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*, namun studi lainnya menunjukkan hasil yang bertentangan. Ketidakkonsistenan serupa juga terjadi pada variabel *Capital Intensity* dan *Advertising*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Capital Intensity* berdampak positif terhadap *tax avoidance* karena besarnya beban penyusutan aset tetap yang dapat menurunkan laba perusahaan sebelum pajak, sementara penelitian lain tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara *Capital Intensity* dan *tax avoidance*. Begitu pula dengan *Advertising*, di mana terdapat perbedaan pandangan mengenai pengaruhnya terhadap *tax avoidance*. Beberapa studi menyatakan bahwa beban *advertising* berdampak positif terhadap *tax avoidance* karena perusahaan dapat mengurangi laba kena pajak dengan *advertising* yang tinggi, sementara penelitian

lain menunjukkan bahwa *advertising* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*, khususnya pada perusahaan yang sangat menjaga reputasi di mata publik.

Kedua, meskipun profitabilitas sering diteliti sebagai faktor yang memengaruhi *tax avoidance*, perannya sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kepemilikan institusional, *Capital Intensity*, dan *Advertising* terhadap *tax avoidance* masih jarang dijelajahi. Profitabilitas bisa jadi memoderasi hubungan tersebut, memperkuat atau bahkan melemahkan pengaruh langsung antara variabel-variabel independen dan *tax avoidance*. Dalam *theory agency*, profitabilitas yang tinggi cenderung mendorong perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan guna menjaga laba yang tinggi bagi para pemegang saham, namun perannya sebagai variabel yang memoderasi hubungan berbagai faktor lainnya terhadap *tax avoidance* belum dipelajari secara luas, khususnya dalam sektor yang spesifik.

Ketiga, sebagian besar penelitian yang terkait dengan faktor-faktor ini dilakukan pada sektor manufaktur secara umum atau sektor-sektor lain, sementara penelitian yang spesifik membahas sektor makanan dan minuman, karna perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman saat ini menjadi salah satu perusahaan yang perkembangan pesat dalam perekonomian Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ini memerlukan studi yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi *tax avoidance*, karena karakteristik dan dinamika sektor ini dapat berbeda dari sektor lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan signifikan dalam memahami

faktor-faktor yang memengaruhi *tax avoidance* di sektor makanan dan minuman, serta mengeksplorasi peran profitabilitas sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini disusun dengan judul “**Pengaruh Kepemilikan Institusional, Capital Intensity, dan Advertising terhadap Tax avoidance dengan Profitabilitas Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI 2020-2024**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kepemilikan insitusional berpengaruh terhadap *tax avoidance* ?
2. Apakah *capital intensity* berpengaruh terhadap *tax avoidance* ?
3. Apakah *advertising* berpengaruh terhadap *tax avoidance* ?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh antara kepemilikan intitusional terhadap *tax avoidance* ?
5. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh antara *capital intensity* dengan *tax avoidance* ?
6. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh antara *advertising* dengan *tax avoidance* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *capital intensity* terhadap *tax avoidance*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *advertising* terhadap *tax avoidance*.

4. Untuk menganalisis peran profitabilitas sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau melemahkan pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*.
5. Untuk menganalisis peran profitabilitas sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau melemahkan pengaruh *Capital Intensity* terhadap *tax avoidance*.
6. Untuk menganalisis peran profitabilitas dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh *Advertising* terhadap *tax avoidance*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan tentang *tax avoidance* dengan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pajak perusahaan, sehingga memberikan wawasan baru dalam studi pajak. Serta Hasil dari penelitian dapat membantu dalam mengembangkan atau memperbaharui teori-teori terkait *tax avoidance*, kepemilikan perusahaan, dan perilaku manajerial, sehingga menjadi referensi bagi penelitian lanjutan di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti dapat belajar dari metodologi yang digunakan dalam penelitian ini untuk merancang studi mereka sendiri, termasuk teknik analisis data dan pengumpulan informasi.

b. Bagi Pemangku Kepentingan

Untuk memahami risiko penghindaran pajak dalam pengambilan keputusan investasi. Manajer dapat mengoptimalkan strategi pajak dan meningkatkan transparansi perusahaan, sementara regulator dapat merumuskan kebijakan pajak yang lebih efektif.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan ajar dalam program akademik terkait pajak dan manajemen keuangan, serta menjadi titik awal untuk diskusi dan penelitian lebih lanjut

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Resiana, M Budiantara (2024) Pengaruh Kepemilikan Institusional, <i>Leverage</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dengan Profitabilitas Sebagai Moderating	Variabel independent (X) : Kepemilikan Institusional , <i>Leverage</i> Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i> Variabel Moderasi (Z) : Profitabilitas	Regresi Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i>. • <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i>. • Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap <i>Tax Avoidance</i> dan Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Tax Avoidance</i>.
2.	Kurnia Ratna Sari, Chaidir I, Agustina P N (2023) Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , Dan <i>Inventory Intensity</i>	Variabel independent (X) : <i>Leverage</i> , <i>Capital Intensity</i> , <i>Inventory intensity</i> Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i>	Regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>. • <i>Capital Intensity</i> berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i>. Penyebabnya ialah adanya ketidaksamaan terkait metode penyusutan aset tetap

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
	Terhadap <i>Tax avoidance</i>			<p>menurut akuntansi dan fiskal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Inventory intensity</i> tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i>. Penyebabnya ialah tidak adanya insentif pajak yang diberikan bagi perseroan yang mempunyai total persediaan dalam jumlah yang besar dalam undang-undang pajak
3.	<p>Marini Rahma Safira (2023)</p> <p>Pengaruh <i>Leverage</i> Dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi</p>	<p>Variabel independent (X) : <i>Leverage, capital intensity</i></p> <p>Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i></p> <p>Variabel Moderasi (Z) : Profitabilitas</p>	Regresi Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, • <i>Capital intensity</i> berpengaruh terhadap penghindaran pajak. • Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap penghindaran pajak. Namun, profitabilitas mampu memoderasi pengaruh <i>capital intensity</i> terhadap penghindaran pajak.
4.	<p>Putri, Salsabila Dwi Nada Aryati, Titik (2023)</p> <p>Pengaruh Kepemilikan Institusional, Intensitas</p>	<p>Variabel independent (X) : Kepemilikan institusional, Intensitas Modal, Karakter Eksekutif</p> <p>Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i></p> <p>Variabel Moderasi (Z) : Koneksi Politik</p>	Regresi Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Karakter eksekutif tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i>, kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i>, intensitas modal berpengaruh

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
	Modal Dan Karakter Eksekutif Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dengan Koneksi Politik Sebagai Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur			positif terhadap <i>tax avoidance</i> , dan koneksi politik tidak memperkuat hubungan antara kepemilikan institusional, intensitas modal, dan karakter eksekutif dan <i>tax avoidance</i> .
5.	Rafif Z, Yossi S, Fitra Oliyan (2023) Pengaruh <i>Advertising Intensity</i> , <i>Good Corporate Governance</i> , terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan	Variabel independent (X) : <i>Advertising Intensity</i> , <i>Good Corporate Governance</i> Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i>	Regresi Berganda	<ul style="list-style-type: none"> • <i>advertising intensity</i> berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. • proporsi dewan komisaris independen, proporsi dewan komisaris wanita, dan moderasi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
6.	Achmad Juniawan Hendrianto, Su ripto ,Effriyanti Wahyu Nurul Hidayat (2022) Pengaruh <i>Sales Growth</i> , <i>Capital Intensity</i> , Kompensasi Eksekutif, Dan	Variabel independent (X) : <i>Sales growth</i> , <i>capital intensity</i> , kompensasi eksekutif, kepemilikan manajerial Variabel dependen (Y) : <i>Tax Avoidance</i>	Analisis Statistic deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sales growth</i>, <i>capital intensity</i>, kompensasi eksekutif dan kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> pada perusahaan manufaktur sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
	Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak			
7.	<p>Suharto, Salsabila Rachmasari Dhia Naufal Rafi Hasnawati, Hasnawati (2022)</p> <p>Pengaruh <i>Advertising, Capital Expenditure</i>, Pendidikan Ceo Dan Pendidikan Cfo Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Pada Sektor Perbankan Di Indonesia</p>	<p>Variabel independent (X) : <i>Advertising, Capital Expenditure</i>, Pendidikan Ceo Dan Pendidikan Cfo</p> <p>Variabel dependen (Y) : <i>Tax Avoidance</i></p>	Regresi Linier Berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>advertising, capital expenditure</i>, Pendidikan CEO dan Pendidikan CFO berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>.
8.	<p>Muchammad tri rinaldi Sartika Wulandari Muhammad Ali Ma'sum (2022)</p> <p>Pengaruh Profitabilitas, Kompensasi Eksekutif, Dan <i>Capital Intensity</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i></p>	<p>Variabel independent (X) : Profitabilitas, Kompensasi Eksekutif, <i>Capital Intensity</i></p> <p>Variabel dependen (Y) : <i>Tax Avoidance</i></p>	Analisis Statistic deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> • variabel profitabilitas dan <i>capital intensity</i> tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i>. Sedangkan variabel kompensasi eksekutif memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>tax avoidance</i>

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
	Pada Perusahaan Properti Dan <i>Real Estate</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020			
9.	Famela Noorica, Ardan Gani Asalam (2021) Pengaruh Kepemilikan Intitusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Karakteristik Eksekutif Terhadap <i>Tax avoidance</i>	Variabel independent (X) : kepemilkan institusional, kepemilikan manajerial , karakteristik eksekutif Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i>	Analisis Regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> Berdasarkan hasil penelitian bedasarakan simultan meyakini bahwa kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan karakteristik eksekutif berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
10.	Gabriella Regina, Susi Dwi (2021) Pengaruh <i>Leverage</i> Dan Kepemilikan Insitusional Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	Variabel independent (X) <i>Laverage</i> , Kepemilikan Institusional Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i> Variabel Moderasi (Z) : Profitabilitas	Regresi Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> <i>Lverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i>. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i>. Profitabilitas tidak memoderasi hubungan antara <i>leverage</i> dan kepemilikan institusional terhadap <i>tax avoidance</i>.
11.	Asnawati, Alisca	Variabel independent (X)	Regresi Berganda	<ul style="list-style-type: none"> Profitabilitas berpengaruh negatif

No	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode /Analisis Data	Hasil Penelitian
	Nurdyastuti, Tri (2019) Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Tax Avoidance</i> (Studi pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018)	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kepemilikan Institusional, ukuran Perusahaan Variabel dependen (Y) : <i>tax avoidance</i>		dan signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i> , <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i> , Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i> . Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i> . Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap <i>Tax Avoidance</i> ..

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Penelitian Resiana dan M. Budiantara (2024) serta Gabriella Regina dan Susi Dwi (2021) sama-sama meneliti pengaruh kepemilikan institusional dan leverage, namun menghasilkan temuan berbeda. Resiana tidak menemukan pengaruh signifikan, sementara Gabriella menyatakan sebaliknya. Demikian pula, Marini Rahma Safira (2023) dan Kurnia Ratna Sari et al. (2023) sama-sama mengkaji *leverage* dan *capital intensity*, namun hasilnya menunjukkan bahwa hanya *capital intensity* yang berpengaruh signifikan dalam studi Marini, dengan tambahan variabel moderasi berupa profitabilitas. Sementara itu, Putri et al. (2023)

dan Famela Noorica et al. (2021) membahas peran kepemilikan institusional dan karakteristik manajemen terhadap *tax avoidance*, meskipun Putri menambahkan koneksi politik sebagai variabel moderasi dan fokus pada perusahaan manufaktur.

Selain itu, penelitian oleh Rafif Z. et al. (2023) dan Suharto et al. (2022) sama-sama menyoroti pengaruh *advertising* terhadap *tax avoidance*, namun dengan pendekatan dan variabel pendukung yang berbeda. Rafif menggabungkan *advertising* dan tata kelola perusahaan, sedangkan Suharto menambahkan variabel pendidikan eksekutif serta *capital expenditure* dalam sektor perbankan. Penelitian Achmad Juniawan Hendrianto et al. (2022) dan Muchammad Tri Rinaldi et al. (2022) juga menunjukkan kesamaan dalam penggunaan *capital intensity* dan kompensasi eksekutif sebagai variabel, dengan hasil yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *tax avoidance* di sektor properti dan *real estate*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang digunakan lebih spesifik pada kepemilikan institusional, *capital intensity*, dan *advertising* serta adanya tambahan variabel kontrol yang dapat mempengaruhi *tax avoidance* dalam konteks perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Keagenan (Agency Theory)

Jensen & Mecking (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak, dimana satu atau beberapa orang (pemberi kerja atau *principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen tersebut. *Principal* menyediakan fasilitas dan dana untuk operasi

perusahaan, agent berkewajiban mengelola perusahaan dengan tujuan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Teori keagenan merupakan basis teori yang mendasari bisnis perusahaan yang dipakai selama ini. Pengertian *agency theory* menurut Scott (2015) yaitu suatu pengembangan dari teori yang mempelajari suatu desain kontrak dimana para agen (pihak manajemen) bekerja atas nama *principal* (investor) Teori agensi berisi hubungan kontraktual antara dua pihak yaitu agen dan *principal*, dimana investor atau pemilik perusahaan menunjuk agen sebagai manajemen yang mengelola perusahaan atas nama pemilik perusahaan(Purba, 2020).

Dalam *agency theory*, terdapat potensi terjadinya konflik kepentingan (*agency conflict*) karena agen bertanggung jawab mengelola perusahaan atas nama *principal*, namun sering kali memiliki tujuan yang berbeda. *Principal*, misalnya, berfokus pada peningkatan keuntungan bersih yang akan meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan pengembalian investasi yang lebih tinggi, sedangkan agen mungkin lebih berfokus pada tujuan pribadi atau jangka pendek, seperti mendapatkan bonus atau kompensasi. *agency theory* menyatakan bahwa masing-masing pihak hanya termotivasi oleh kepentingannya sendiri sehingga menimbulkan konflik yang terjadi antara agen dengan *principal* (Purba, 2020). Manajer mengemban tanggung-jawab yang besar atas keberhasilan operasi perusahaan yang dikelolanya. Konflik antara manajer dengan pemilik modal terjadi terhadap kepentingan laba perusahaan antara pemungut pajak

(fiskus) terhadap pembayaran pajak (manajemen perusahaan). Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sedangkan dari pihak manajemen dapat melihat penghindaran pajak sebagai salah satu cara untuk mengurangi beban perusahaan dan meningkatkan profitabilitas. Dengan menurunkan pajak yang harus dibayar, manajemen berupaya meningkatkan laba bersih perusahaan yang pada akhirnya akan memberikan nilai lebih bagi pemilik. Dua sudut pandang berbeda inilah menyebabkan konflik antar fiskus sebagai pemungut pajak dengan pihak manajemen perusahaan sebagai pembayar pajak (Noviani et al., 2018)

2.2.2 Tax avoidance

Menurut Gusti (2014) *Tax avoidance* biasanya diartikan sebagai suatu skema menghindari pembayaran pajak untuk tujuan meminimalkan beban pajak dengan cara memanfaatkan celah hukum (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu negara. Secara konsep, skema *tax avoidance* sebenarnya bersifat legal atau sah-sah saja karena tidak melanggar ketentuan perpajakan. Pohan (2013:23) mengemukakan pengertian penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Dalam buku Mappadang (2021) Komite urusan fiskal dari *Organization for Economic Cooperation and*

Development (OECD) menyebutkan ada tiga karakter Tax avoidance sebagai berikut:

- Adanya unsur rekayasa (*artificial*) dimana berbagai pengaturan seolah-olah terdapat di dalamnya padahal tidak, dan ini dilakukan karena ketiadaan faktor pajak.
- Skema semacam ini sering memanfaatkan loopholes dari undang-undang atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal untuk berbagai tujuan, padahal bukan itu yang sebetulnya dimaksudkan oleh pembuat undang-undang.
- Kerahasiaan juga sebagai bentuk skema ini dimana umumnya para konsultan menunjukkan alat atau cara untuk melakukan tax avoidance dengan syarat wajib pajak menjaga serahasia mungkin.

2.2.3 Kepemilikan institusional

Kepemilikan institusional adalah tingkat kepemilikan saham oleh institusi dalam perusahaan, diukur oleh proporsi saham yang dimiliki oleh institusional pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persentase menyatakan bahwa para investor institusional pada umumnya menginvestasikan dananya lebih besar (Septanta, 2023). Menurut Fatimah (2018:20) “Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi keuangan seperti Bank, Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi, Perseroan Terbatas dan Lembaga keuangan lainnya”. Dengan adanya kepemilikan institusional yang tinggi, pemegang saham institusional ini dapat menggantikan atau meningkatkan peran

pengawas dari dewan dalam perusahaan. Kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan *discretionary* dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat akrualisasi kepentingan pihak manajemen (Kartikasari et al., 2022).

Kepemilikan institusional juga merupakan salah satu mekanisme *corporate governance* (tata kelola perusahaan). Tingginya kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan, maka akan menyebabkan masalah keagenan, karena adanya perbedaan kepentingan antar pemilik institusi dengan manajemen. Salah satu konflik bisa terjadi karena pemilik institusional memaksa manajer untuk fokus pada kinerja ekonomi dan menghindari peluang untuk mementingkan diri sendiri sehingga kemungkinan untuk melakukan kegiatan *tax avoidance* semakin kecil (Yuniarwati, 2021). Secara keseluruhan, kepemilikan institusional memegang peran penting dalam menjaga kualitas tata kelola perusahaan dengan memberikan pengawasan yang intensif terhadap manajemen. Melalui pengaruhnya, kepemilikan institusional mampu menekan praktik manipulatif, seperti manajemen laba, serta mengurangi konflik keagenan antara pemilik institusi dan manajemen. Dengan dorongan untuk fokus pada

kinerja ekonomi yang transparan dan berkelanjutan, investor institusional juga berperan dalam mengurangi praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang agresif, sehingga membantu perusahaan beroperasi sesuai dengan prinsip etika bisnis dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

2.2.4 Capital Intensity

Menurut Nurjanna (2017), *Capital Intensity* (intensitas modal) adalah besarnya investasi aset pada aset tetap perusahaan. *Capital Intensity* mencerminkan seberapa besar modal yang di butuhkan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan yang diperoleh dari penurunan aktiva tetap atau peningkatan aktiva tetap. Aset tetap adalah aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan untuk digunakan selama lebih dari satu periode (PSAK No. 16, 2011). Setiap aset tetap yang memiliki biaya perolehan cukup signifikan terhadap total biaya perolehan seluruh aset harus disusutkan dan beban penyusutan untuk setiap periode harus diakui dalam laba rugi (PSAK No. 16, 2011) (Lukito & Sandra, 2021). *Capital Intensity* didefenisi sebagai rasio antara aktiva tetap seperti peralatan, mesin dan berbagai properti terhadap total aktiva. pemanfaatan pengurangan perpajakan dapat dilakukan perusahaan yang memilih investasi dalam bentuk aset ataupun modal dalam hal depresiasi. Perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk aset tetap dapat menjadikan biaya depresiasi sebagai biaya yang dapat di kurangkan dan pada akhirnya dapat mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar

perusahaan (Rahma et al., 2022). Secara keseluruhan, *Capital Intensity* merujuk pada proporsi investasi yang dilakukan perusahaan dalam aset tetap, dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Aset tetap, yang mencakup berbagai elemen seperti peralatan, mesin, dan properti, merupakan elemen kunci dalam proses produksi dan penyediaan barang atau jasa.

Penggunaan aset tetap ini diatur oleh PSAK No. 16, yang menetapkan bahwa aset tetap harus disusutkan seiring berjalannya waktu, dengan beban penyusutan yang harus diakui dalam laporan laba rugi. Pentingnya intensitas modal terletak pada kemampuannya untuk mencerminkan seberapa besar modal yang diperlukan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya secara efektif. Perusahaan yang melakukan investasi dalam aset tetap tidak hanya mendapatkan keuntungan dari peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga dapat memanfaatkan biaya depresiasi sebagai biaya yang dapat dikurangkan dari pajak. Dengan cara ini, perusahaan dapat merencanakan pengurangan pajak secara strategis, yang berkontribusi pada pengurangan total pajak yang harus dibayar. Sebagai hasilnya, *Capital Intensity* tidak hanya berfungsi sebagai indikator kesehatan keuangan perusahaan, tetapi juga memengaruhi keputusan strategis dalam pengelolaan biaya dan perencanaan pajak. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek ini, perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan aset tetap mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya memperbaiki kinerja keuangan secara keseluruhan.

2.2.5 Advertising

Anggraeni (2020) *Advertising* dapat didefinisikan sebagai “*any paid form of non personal communication about an organization, product, service or idea by an identified sponsor*” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui). Menurut Morissan (2010). Salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan dibahas banyak orang adalah *Advertising*, kemungkinan hal ini dikarenakan daya jangkau *Advertising* yang sangat luas. Seperti yang dapat kita lihat bersama, banyak media-media *Advertising* bertebaran di penjuru tempat. Mulai dari jalanan, pasar dan bahkan media sosial yang sering kita gunakan sehari-hari pun tidak luput dari sentuhan *Advertising* (Suharto et al., 2022).

Nguyen (2015) menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki perhatian terhadap reputasinya, yang dicirikan dengan perusahaan yang memiliki biaya *Advertising* yang tinggi, memiliki kecenderungan yang lebih rendah dalam melakukan penghindaran pajak. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki reputasi yang baik cenderung menjadi sorotan publik termasuk aparat pajak. Sehingga perusahaan lebih berhati-hati dan memilih menghindari kesalahan karena potensi untuk menghadapi pemeriksaan pajak cukup besar (Fatmawati & Solikin, 2017), PMK Nomor 02/PMK.03/2010 Pada Pasal 1 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan biaya promosi dalam peraturan Menteri Keuangan ini adalah bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam rangka

memperkenalkan dan/atau menyarankan penggunaan suatu produk baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.

Pasal 2 peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK. 03/ 2010, tertulis bahwa jumlah dari nilai biaya promosi atau *Advertising* yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto merupakan akumulasi yang terdiri dari jumlah biaya *Advertising* di media elektronik media cetak, dan/atau media lainnya; biaya pameran produk; biaya pengenalan produk baru; serta biaya sponsorship yang berkaitan dengan promosi produk. Peningkatan biaya *Advertising* ini berpengaruh pada penurunan pendapatan perusahaan, yang pada akhirnya dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Perusahaan menyampaikan pesan positif mengenai perusahaannya dengan menggunakan *Advertising* dan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat dipercaya oleh masyarakat serta memberitahukan bahwa produk atau layanan yang diberikan perusahaan memiliki kualitas yang terbaik. Oleh karena itu, *Advertising* dapat membangun kesan yang baik di mata pelanggan mengenai perusahaan tersebut. *Advertising* merupakan strategi penting dalam mempromosikan produk atau layanan. Tujuan adanya *Advertising* disuatu perusahaan ialah untuk mendorong tercapainya penjualan yang maksimal, serta berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan keseluruhan perusahaan (Hana Khoirun Nisa, 2024)

2.2.6 Profitabilitas

Kasmir (2017) mendefinisikan profitabilitas sebagai rasio yang digunakan perusahaan untuk menilai kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Rasio profitabilitas menggambarkan tingkat efektivitas dan efisiensi manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas dilakukan dengan membandingkan komponen pada laporan keuangan, yaitu laporan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran tersebut bertujuan untuk melihat perkembangan kondisi perusahaan, baik kenaikan maupun penurunan dalam rentang waktu tertentu. Rasio profitabilitas merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan pengukuran penggunaan modal secara efisiensi dalam menghasilkan laba secara maksimal pada periode tertentu. (Astutik & Dkk, 2019).

Adapun Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas menurut Sari (2021) :

1. *Return on Assets* (ROA)

ROA merupakan indikator atau pengukuran yang memperlihatkan kemampuan keuangan perusahaan. Dengan semakin tinggi nilai ROA suatu perusahaan maka sangat performa dapat dinilai dalam keadaan baik dalam menghasilkan laba setelah pajak

2. *Return on Equity* (ROE)

Dalam menilai kinerja, kenaikan ROE diikuti oleh kenaikan harga saham perusahaan, ROE yang tinggi merupakan tanda bahwa modal

perusahaan dikelola dengan baik sehingga pemegang saham mendapatkan keuntungan, dengan arti lain kinerja perusahaan dikatakan semakin baik .

3. *Profit Margin Ratio*

Profit margin ratio merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur penjualan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai dari hasil rasio ini maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba cukup tinggi.

2.2.7 Advertising dalam perspektif islam

meskipun hukum Islam yang bersumber dari pada al- Qur'an dan al-Hadis tidak secara langsung menyentuh tentang permasalahan komunikasi pemasaran dan *Advertising*. Akan tetapi sebagai agama yang bersifat universal tentunya segala bentuk permasalahan bolehlah ditemukan cara pemecahannya melalui Islam, Allah S.W.T dalam firman-NYA telah menentukan batasannya meskipun secara global, sebagai mana ayat al-Qur'an surah Al-An'am ayat 38

"مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ"

Artinya:

"Kami tidak melupakan sesuatu pun dalam Kitab (Lauh Mahfuzh); kemudian kepada Tuhanlah mereka dikumpulkan."

permasalahan yang ada, baik permasalahan klasik maupun kontemporer semuanya telah tercakup dalam al-Qur'an, meskipun secara global. Sedangkan al-Hadist adalah sebagai penjelasan kepada al-Qur'an

yang bersifat global tersebut. Atas asas firman Allah S.W.T di atas, muncul beberapa konsep teori yang mengesankan keharusan adanya kerelaan dalam jual beli, tidak boleh ada yang mengandung unsur penipuan dan tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain. Menurut salah satu riwayat yang ditulis oleh Abu Daud, Sesungguhnya Rasulullah SAW, pernah lewat di depan seorang penjual gandum yang tampaknya berkualitas baik, lalu Rasul ingin membeli sebahagian darinya. Namun ketika tangan Rasul dimasukkan dalam gandum tersebut, ternyata bahagian dalamnya agak basah. Rasul bertanya, “apa ini?”, dan penjual menjawab, “oh, basah karena hujan ya Rasul”. “ Mengapa tidak kamu letakkan di bahagian atas, sehingga dilihat oleh orang yang akan membelinya?”, saat itu Rasul berseru, “ siapa saja yang menipu kami (orang ramai), ia tidak termasuk golongan kami”. Menurut Abdul Rahman (2009) orang yang selalu berpikir jujur dalam berbisnis, maka tidak akan mendapatkan keuntungan besar atau bahkan rugi. Kejujuran seakan menjadi penghalang untuk memperoleh keuntungan, padahal Rasulullah SAW menjadi dikenal peniaga Berjaya di zaman beliau karena kejujurannya. Kejujuranlah yang membawa Rasul menjadi sosok yang amat sangat dihormati dan dihargai oleh setiap insan. Dalam fiqh Islam adanya istilah yang disebut *tadlis*, tindakan *tadlis* ada yang bersifat perbuatan. Perbuatan buruk atau penipuan tidak dibenarkan dalam *Advertising* atau promosi. Pengeluar atau bank harus memberikan informasi yang selengkapanya kepada pengguna atau tidak berkata bohong pada

Advertising/promosinya. Seperti firman Allah S.W.T pada surah al-Hud ayat 85 :

"وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِكِينَ"

Artinya:

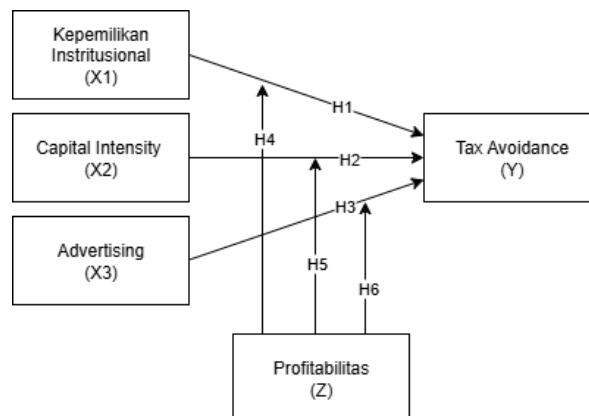
"Dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan."

Jelaslah ayat tersebut menegaskan bahwa kita tidak boleh merugikan manusia terhadap hak- haknya, yang berarti informasi yang diberikan haruslah jujur dan tidak mengambil hak-hak orang lain dalam memberikan informasi kepada pengguna (Teuku Meldi Kesuma, 2013).

2.3 Kerangka Konseptual

Mengacu pada teori tersebut, peneliti membuat model kerangka konseptual mengenai pengaruh kepemilikan institusional, *Capital Intensity*, dan *Advertising* terhadap *Tax avoidance* dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman .

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*

Hubungan antara kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance* dalam *Agency Theory* adalah semua kegiatan perusahaan akan dipantau oleh lembaga atau organisasi. Bertambahnya jumlah kepemilikan institusional memastikan bahwa setiap kegiatan dilaksanakan menuju tujuan tercapainya efisiensi manajemen yang tinggi. Manajemen sebagai agen harus menunjukkan kinerja yang tinggi untuk membangun kepercayaan dan minat investor dalam mempunyai saham perusahaan. Karena peningkatan permintaan saham suatu perusahaan mampu merangsang peningkatan harga saham di pasar modal. Bilamana terjadi peningkatan harga saham maka nilai perusahaan pun akan mengalami peningkatan. Dimana tingginya kepemilikan institusional pada suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi juga korporasi dapat menghindari pajak dikarenakan dapat meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham.

Hal tersebut sesuai dengan beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Nisa Aulia & Desy Purwasih, 2023), (Mita Dewi, 2019), (Alya Dhiya Lestari & Hasnawati, 2023), (Maulina & Mu'arif, 2024) yang menunjukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional memiliki peran yang kompleks dalam mengelola hubungan antara manajemen dan pemegang saham serta berdampak pada praktik

pengelolaan pajak perusahaan. Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah

H1 : Diduga kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*

2.4.2 Pengaruh capital intensity terhadap tax avoidance

Dalam sudut pandang teori agensi, *capital intensity* yang tinggi dalam perusahaan besar dapat dikaitkan dengan konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham terkait strategi penghindaran pajak (*tax avoidance*). Manajer sebagai agen memiliki informasi lebih banyak dibandingkan prinsipal, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang menguntungkan bagi mereka sendiri, termasuk dalam kebijakan perpajakan. Dalam konteks ini, *capital intensity* yang tinggi dapat digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak perusahaan melalui depresiasi yang lebih besar, sehingga mengurangi laba kena pajak dan meningkatkan efisiensi pajak perusahaan.

Dwilopa (2016) menyatakan bahwa *capital intensity* yang tinggi mengakibatkan beban penyusutan pada aset tetap meningkat sehingga akan mempengaruhi pajak yang di bayarkan (Rahma et al., 2022). Sejalan dengan penelitian Afridayani & Ramlan Nugraha (2024) *Capital Intensity* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Dengan demikian hipotesis dirumuskan sebagai berikut

H2 : *Capital Intensity* Berpengaruh Positif Terhadap *Tax avoidance*

2.4.3 Pengaruh advertising terhadap tax avoidance

Dalam kerangka teori agensi agen yang diberi wewenang untuk mengelola perusahaan memiliki kecenderungan untuk mengambil keputusan berdasarkan kepentingan pribadinya, termasuk dalam hal pengelolaan beban pajak. Salah satu bentuk keputusan strategis yang dapat diambil oleh manajer adalah pengeluaran untuk *Advertising*, yang dalam praktik akuntansi diklasifikasikan sebagai beban dan berfungsi sebagai pengurang laba kena pajak. Pengeluaran *Advertising* tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan citra dan penjualan perusahaan, tetapi juga berpotensi dimanfaatkan sebagai sarana *tax avoidance* secara legal.

Fatmawati & Solikin (2017) membuktikan bahwa *advertising* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *tax avoidance*, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suharto et al,(2022) yang didukung oleh Penelitian Fatmawati dan Solikin (2018) serta Sugitha dan Supadmi (2016) memperoleh hasil bahwa beban *Advertising* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Sehingga dari uraian diatas hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah

H3 : *Advertising* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*

2.4.4 Profitabilitas memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap tax avoidance

Kepemilikan institusional mencerminkan tingkat kepemilikan saham oleh lembaga atau institusi yang berfungsi sebagai pengawas terhadap kinerja manajemen. Ketika profitabilitas tinggi akan mendorong manajemen

untuk bertindak lebih efisien dan transparan dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam kebijakan penghindaran pajak. Keberadaan profitabilitas diantara kepemilikan institusional memberikan tekanan kepada manajemen untuk memaksimalkan laba bersih melalui praktik *tax avoidance* (Sanchez & Mulyani, 2020).

Pramudya et al.,(2022) menyebutkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara kepemilikan institusional dan penghindaran pajak, di mana perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung lebih transparan dalam pengelolaan pajaknya. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*

2.4.5 Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap *Tax avoidance*

Aset tetap yang besar sering kali diikuti dengan pengeluaran penyusutan yang signifikan, yang dapat digunakan sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak melalui pengurangan penghasilan kena pajak. Oleh karena itu, perusahaan dengan *Capital Intensity* tinggi cenderung memiliki peluang lebih besar untuk melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Profitabilitas, sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, berpotensi memoderasi hubungan antara *Capital Intensity* dan penghindaran pajak.

Dalam perspektif *Agency Theory*, hubungan ini dapat dijelaskan melalui konflik keagenan antara manajemen dan pemilik. Ketika profitabilitas tinggi, manajemen cenderung lebih hati-hati dalam menggunakan aset tetap sebagai alat penghindaran pajak karena adanya pengawasan yang lebih ketat dari pemilik untuk menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan. Namun, jika profitabilitas rendah, tekanan untuk meningkatkan laba dapat mendorong manajemen memanfaatkan intensitas modal sebagai strategi penghindaran pajak (Jensen & Meckling, 1976).

Penelitian sebelumnya oleh Wahyudi & Ishak (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh variabel operasional perusahaan terhadap kebijakan finansial, termasuk kebijakan pajak. Selain itu, Pasaribu & Nugroho, (2023) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi lebih cenderung menggunakan strategi pajak yang efisien tetapi tidak agresif. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5 : Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *capital intensity* terhadap *tax avoidance*.

2.4.6 Profitabilitas Memoderasi Pengaruh *Advertising* Terhadap *Tax avoidance*

Pengaruh *Advertising* terhadap penghindaran pajak dapat bergantung pada tingkat profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik dan cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan strategi penghindaran

pajak. Di sisi lain, perusahaan dengan profitabilitas rendah mungkin menggunakan pengeluaran *Advertising* secara lebih agresif untuk mengurangi beban pajak, karena mereka menghadapi tekanan untuk meningkatkan laba bersih (Wahyudi & Ishak, 2024).

Menurut *Agency Theory*, konflik keagenan dapat terjadi ketika manajemen menggunakan pengeluaran *Advertising* sebagai alat untuk mengurangi beban pajak, yang mungkin tidak sesuai dengan tujuan jangka panjang pemilik perusahaan. Profitabilitas dapat menjadi faktor yang memoderasi hubungan ini, di mana perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung lebih diawasi dan meminimalkan praktik penghindaran pajak yang terlalu agresif. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah mungkin lebih termotivasi untuk menggunakan pengeluaran *Advertising* sebagai strategi penghindaran pajak guna memperbaiki kinerja keuangan (Jensen & Meckling, 1976). Berdasarkan hal tersebut hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H6 : Profitabilitas memoderasi pengaruh *Advertising* terhadap *tax avoidance*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sukmadinata (2009) Penelitian kuantitatif memiliki penekanan pada fenomena-fenomena objektif dengan pengkajian secara kuantitatif sebagai upaya objektivitas yang terukur, yaitu menggunakan angka-angka dan diolah secara statistik (Soesana et al., 2023). Berkaitan dengan hal tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah Kepemilikan Institusional, *Capital Intensity*, dan *Advertising* berpengaruh terhadap *Tax avoidance* dengan Profitabilitas Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang makanan dan minuman dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang tersedia di situs resmi BEI.

3.3 Populasi dan Sempel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024

3.3.2 Sempel

Sempel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi, di mana pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* Merupakan teknik penentuan sampel yang didasarkan pada keputusan peneliti mengenai sampel-sampel yang paling sesuai serta dianggap bersifat representatif dengan mempertimbangkan kriteria sampel dan populasi. Teknik pengambilan dengan *purposive sampling* cenderung memiliki sampel dengan kualitas yang tinggi. Karena peneliti sebelumnya telah membuat batas atau kriteria tertentu secara jelas mengenai sampel yang akan dipilihnya (Soesana et al., 2023). Adapun kriteria sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024
2. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian.
3. Perusahaan yang mengalami laba selama periode penelitian
4. Perusahaan yang memiliki data perusahaan yang lengkap berupa annual report sesuai dengan variabel yang akan diteliti selama periode penelitian

Tabel 3. 1 Spesifikasi Sampel

No	Kriteria sampel	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024	29
2	Perusahaan sektor makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian	(1)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian	(9)
4	Perusahaan yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> selama periode penelitian	(1)
	Jumlah sampel sesuai kriteria	18
	Periode penelitian	5
	Total Sampel Penelitian	90

Sumber : <https://www.idx.co.id/id>

Tabel 3. 2 Sampel Terpilih

NO	NAMA PERUSAHAAN	KODE
1	PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk	ADES
2	PT BUDI STARCH & SWEETENER Tbk	BUDI
3	PT CAMPINA ICE CREAM INDUSTRY, Tbk.	CAMP
4	PT WILMAR CAHAYA INDONESIA Tbk	CEKA
5	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
6	PT DELTA DJAKARTA TBK DAN ENTITAS ANAK	DLTA
7	PT NIPPON INDOSARI CORPINDO TBK	ROTI
8	PT SEKAR LAUT Tbk	SKLT
9	PT SIANTAR TOP Tbk	STTP
10	PT TUNAS BARU LAMPUNG Tbk	TBLA
11	PT ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY Tbk	ULTJ
12	PT GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA Tbk	GOOD
13	PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR Tbk	ICBP
14	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK	INDF
15	PT MULIA BOGA RAYA Tbk	KEJU
16	PT MULTI BINTANG INDONESIA Tbk	MLBI
17	PT MAYORA INDAH Tbk	MYOR
18	PT PANTAI INDAH KAPUK DUA TBK	PANI

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan (Hardani et al., 2020). Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan tahunan dan annual report yang diunggah perusahaan terkait dengan masing-masing variabel yang ditentukan

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumentasi. Menurut Soesana et al., (2023) Teknik dokumentasi atau studi dokumenter ini mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip-arsip atau dokumen, surat-surat, buku-buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum-hukum, dan lain sebagainya yang terkait dengan masalah yang diteliti. Teknik dokumentasi ini digunakan jika peneliti ingin menggunakan data sekunder dalam penelitiannya (Djaali, 2020).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Kepemilikan Institusional (X1)	$KI = \frac{\text{Saham Institusional}}{\text{Saham Beredar}}$	Rasio
2.	<i>Capital Intensty</i> (X2)	$CI = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
3	<i>Advertising</i> (X3)	$Adv = \frac{\text{Advertising expense}}{\text{Net sales}}$	Rasio
4.	<i>Tax Avoidance</i> (Y)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio
5	Profitabilitas (Z)	ROA = Laba Bersih : Total Aset	Rasio

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independent atau variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X (Hardani et.al., 2020). Berikut adalah variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Kepemilikan institusional

kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi maupun lembaga seperti perusahaan asuransi, perbankan, perusahaan perseroan terbatas, perusahaan pemerintah, dan kepemilikan institusi lainnya. kepemilikan institusional dalam suatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan agar

lebih optimal terhadap kinerja manajemen. Besar kecilnya kepemilikan institusional maka akan mempengaruhi kebijakan tindakan meminimalkan beban pajak oleh perusahaan (Septanta, 2023). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asnawati & Nurdyastuti (2019) rumus yang digunakan untuk mengetahui besaran kepemilikan institusional yang dimiliki oleh perusahaan adalah :

$$KI = \frac{\text{Saham Institusional}}{\text{Saham Beredar}}$$

2. *Capital Intensity*

Menurut S. L. Dewi & Oktaviani (2021) *Capital Intensity* merupakan tingkat modal yang diinvestasikan kepada aset tetap perusahaan untuk memberikan manfaat. *Capital Intensity* merupakan rasio aktivitas investasi perusahaan yang berkaitan dengan aset tetap (Furi, 2018). Perhitungan rasio *Capital Intensity* merujuk pada penelitian Muchammad tri rinaldi et al., (2022) dengan membagi antara total aset tetap dengan total aset, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CI = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

3. *Advertising*

Suharto et al.,(2022) *Advertising* merupakan kegiatan yang berisi pesan persuasif dan dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk menarik perhatian target pasar seperti pelanggan, indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Advertising* adalah skala rasio

melalui perbandingan antara *Advertising expense* dengan net sales yang ada didalam laporan keuangan perusahaan. Ada pun perhitungan *Advertising* diformulasikan dengan :

$$\text{Adv} = \frac{\text{Advertising expense}}{\text{Net sales}}$$

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel tak bebas adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel tak bebas ini menjadi. “*primary interest to the researcher*” atau persoalan pokok bagi si peneliti, yang selanjutnya menjadi objek penelitian. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*. Merujuk pada penelitian Muchammad tri rinaldi et al.,(2022) *Tax avoidance* dalam penelitian ini diukur menggunakan ETR atau *Effective Tax Rate* yang dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

3.7.3 Variabel Moderasi (Z)

Variabel Moderasi adalah yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas. Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan gambaran kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aktiva yang dihitung dengan Return On Assets (ROA) dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.8 Analisis Data

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan pendekatan regresi data panel. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengelompokan data berdasarkan variabel, tabulasi data, penyajian data dari masing-masing variabel, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis dalam penelitian ini mencakup statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, uji asumsi klasik guna memastikan validitas model regresi, serta penerapan model regresi data panel untuk menganalisis hubungan antar variabel. Selain itu, dilakukan seleksi model data panel, seperti *common effect model*, *fixed effect model*, atau *random effect model*, untuk menentukan model terbaik. Terakhir, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel. Seluruh proses analisis data dikerjakan menggunakan software *E-Views12* sebagai alat uji penelitian.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sesuai dengan kondisi sebenarnya, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau membuat generalisasi (Sugiyono, 2019:206). Teknik ini berfungsi memberikan gambaran awal yang jelas mengenai pola dan karakteristik data yang dijelaskan. Hasil dari analisis statistik deskriptif mencakup berbagai indikator penting, seperti nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata, standar deviasi, dan jumlah observasi.

3.8.2 Analisis Regresi Data Panel

Data panel adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) . penggunaan data panel dalam sebuah observasi mempunyai beberapa keuntungan yang diperoleh. Pertama, data panel yang merupakan gabungan dua data *time series* dan *cross section* mampu menyediakan data yang lebih banyak sehingga akan lebih menghasilkan *degree of freedom* yang lebih besar. Kedua, menggabungkan informasi dari data *time series* dan *cross section* dapat mengatasi masalah yang timbul ketika ada masalah penghilangan variabel (*omitted-variabel*) (Basuki, 2019). Berikut adalah model regresi panel :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X1 = Variabel independen 1

X2 = Variabel independen 2

X3= Variabel independen 3

$\beta(1-5)$ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

e = Error term

t = Waktu

i = Perusahaan

Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain:

- *Common Effect Model*

Merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan cross section. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square (OLS)* atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel (Basuki, 2019)

- *Fixed Effect Model*

Model ini mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya. Untuk mengestimasi data panel model *Fixed Effects* menggunakan teknik variable dummy untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan, perbedaan intersep bisa terjadi karena perbedaan budaya kerja, manajerial, dan insentif. Namun demikian sloponya sama antar perusahaan. Model estimasi ini sering juga disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variable (LSDV)* (Basuki, 2019).

- *Random Effect Model*

Model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model *Random Effect* perbedaan intersep diakomodasi oleh error terms masingmasing perusahaan. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* yakni menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan *Error Component Model (ECM)* atau teknik *Generalized Least Square (GLS)* (Basuki, 2019).

3.8.3 Pemilihan metode pengujian data panel

Model yang telah diestimasi maka akan dilanjutkan dengan melakukan seleksi data panel yang meliputi uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier.

1. Uji Chow

Menurut Ismanto dan Pebruary (2021:117) dalam uji chow dilakukan untuk membandingkan atau memilih model mana yang terbaik atau yang paling tepat diantara *common Effect* dan *fixed effect*.

$H_0 = \text{Common Effect Model (CEM)}$

$H_1 = \text{Fixed Effect Model (FEM)}$

- Apabila nilai *probability* $> 0,05$ maka terima H_0 . Sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model*.
- Apabila nilai *probability* $< 0,05$ maka tolak H_0 . Sehingga model yang paling tepat untuk digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

2. Uji Hausman

Menurut Ismanto dan Pebruary (2021:119) dalam pengujian hausman dilakukan untuk membandingkan atau memilih model mana yang terbaik atau yang paling tepat diantara *Fixed Effect* dengan *Random Effect*.

$H_0 = \text{Random Effect Model (REM)}$

$H_1 = \text{Fixed Effect Model (FEM)}$

- Jika nilai *probability* $> 0,05$ maka terima H_0 . Sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model*.

- Jika nilai probability $< 0,05$ maka tolak H_0 . Sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

3. Uji lagrange Multiplier

Menurut Ismanto dan Pebruary (2021:121) uji lagrange multiplier dapat dilakukan apabila hasil dari uji chow dengan uji hausman menghasilkan model yang berbeda. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan atau memilih model mana yang terbaik diantara *Common Effect* dan *Random Effect*.

$H_0 = \text{Common Effect Random (CEM)}$

$H_1 = \text{Random Effect Model (REM)}$

- Apabila nilai *cross section Breusch-pagan* $> 0,05$ maka terima H_0 , sehingga model yang paling tepat adalah *Common Effect Model*.
- Apabila nilai *cross section Breusch-pagan* $< 0,05$ maka tolak H_0 , sehingga model yang paling tepat adalah *Random Effect Model*.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna menguji kualitas data penelitian. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini. Menurut Basuki (2015) dalam data panel tidak diwajibkan menggunakan uji autokorelasi karena data panel bersifat cross section, sedangkan autokorelasi hanya terjadi pada data time series. Selain itu, uji normalitas juga tidak wajib digunakan karena bukan sesuatu yang wajib dipenuhi (Awaludin et al.,

2023), sehingga uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi :

1. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat kolom Centered VIF (*Variance Inflation Factor*) pada output pengujian data. Apabila nilai *Varianve Inflation Factor* tidak lebih tinggi dari 10 atau 5 (banyak buku yang menyatakan tidak lebih dari 10, tapi ada juga yang menyatakan tidak lebih dari 5), maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, apabila nilai *Varianve Inflation Factor* lebih tinggi dari 10 atau 5, maka diduga mempunyai persoalan multikolinearitas (Mansuri, 2016: 33). Selain dengan *Varianve Inflation Factor*, mendeteksi multikolinearitas juga dapat dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar variabel independen. Apabila hasil korelasi tersebut memiliki nilai $> 0,90$, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas. Sebaliknya, apabila hasil korelasi tersebut memiliki nilai $< 0,90$, maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak mempunyai persoalan multikolinieritas

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi dikatakan baik yaitu jika tidak terjadi heteroskedastistas. Dalam penelitian ini,

pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat nilai residual. Jika nilai residual berada dalam rentang wajar, misalnya tidak melebihi batas ± 500 , maka hal tersebut menunjukkan bahwa varians residual cenderung konstan, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau dapat dikatakan lolos uji heteroskedastisitas (Napitupulu et al., 2021).

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, pendekatan lain yang dapat digunakan adalah dengan mengamati pola grafik residual terhadap nilai prediksi variabel terikat. Jika terdapat pola tertentu pada penyebaran residual, seperti membentuk gelombang, mengembang, lalu menyempit, maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol (Y), maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengandung heteroskedastisitas.

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dalam regresi linier berganda untuk menguji apakah koefisien regresi dan konstanta yang diduga untuk mengestimasi persamaan atau model regresi linear berganda apakah sudah tepat atau belum. Maksud dari tepat di sini adalah apakah parameter telah mampu menjelaskan variabel independen dalam mempengaruhi variabel

dependennya (Ismanto dan Pebruary, 2021:137). Dalam pengambilan keputusan maka dapat memperhatikan penentuan sebagai berikut :

- Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hal ini variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hal ini variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, dapat dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diukur dengan nilai *R-square* atau *Adjusted R-Square*. *R-Square* digunakan pada saat variabel independen hanya satu saja sedangkan *Adjusted R-Square* digunakan pada saat variabel bebas lebih dari satu (Ismanto dan Pebruary, 2021:138)

3.8.6 Moderated Regression Analysis (MRA)

Dalam pengujian MRA dilakukan untuk mengetahui sejauh mana interaksi variabel moderasi dalam mempengaruhi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam variabel moderasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka variabel moderasi dapat memoderasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024 dipertimbangkan dalam penelitian ini. Ada 29 perusahaan makanan dan minuman diidentifikasi menggunakan Teknik purposive sampling. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan Institusional, Capital Intensity, dan advertising terhadap Tax Avoidance dengan menggunakan profitabilitas sebagai pemoderasi. pengambilan sampel ditentukan berdasarkan dengan kriteria yang telah ditentukan, salah satu kriteria adalah perusahaan yang tidak pernah mengalami kerugian selama periode penelitian. Kriteria tersebut ditentukan karena untuk mengetahui profitabilitas perusahaan harus dalam keadaan laba. Sehingga sebanyak 18 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2020-2024 memenuhi kriteria dari teknik pengambilan sampel purposive sampling

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi awal data yang diperoleh dengan menyajikan data dalam bentuk mean, median, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum dari setiap variabel penelitian yaitu kepemilikan institusional, *capital intensity*,

advertising, tax avoidance, profitabilitas. Hasil uji statistic deskriptif sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	<i>Tax Avoidance</i>	Kepemilikan Institusional	<i>Capital Intensity</i>	<i>Advertising</i>	Profitabilitas
Mean	0.213373	0.660145	0.328138	0.027512	0.105083
Median	0.215610	0.763888	0.309114	0.027972	0.096834
Maximum	0.706613	0.942591	0.762855	0.130799	0.331943
Minimum	-0.051465	0.000000	0.000831	0.000000	0.000126
Std. Dev	0.077483	0.256452	0.184442	0.028104	0.066842
Obs.	90	90	90	90	90

Sumber : Data diolah E-views 12 (2025)

Berdasarkan informasi yang disajikan dapat dikumpulkan data tentang masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Kepemilikan institusional (X1) berdasarkan nilai rasio saham institusional memiliki nilai tertinggi sebesar 0.942591 atas PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. (ROTI) Tahun 2024. Nilai terendah sebesar 0, kemudian untuk nilai mean sebesar 0.660154, dan nilai standar deviasi sebesar 0.256452 dengan total keseluruhan data penelitian sebanyak 90 data.
2. *Capital intensity* (X2) berdasarkan perhitungan rasio asset tetap memiliki nilai tertinggi sebesar 0,76285542 atas PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) pada tahun 2024, nilai terendah sebesar 0,000831 atas PT Pantai Indah Kapuk Dua Tbk pada tahun 2023, kemudian untuk nilai mean sebesar 0.328138, dan untuk nilai standar deviasi sebesar 0.184442
3. *Advertising* (X3) Berdasarkan perhitungan rasio *advertising expense* memiliki nilai tertinggi sebesar 0.130799 atas PT Mayora Indah Tbk

(MYOR) pada tahun 2020 Nilai terendah sebesar 0, kemudian untuk nilai mean sebesar 0.027512, dan nilai standar deviasi sebesar 0.028104 dengan total keseluruhan data penelitian sebanyak 90 data.

4. *Tax Avoidance* (Y) berdasarkan perhitungan rasio ETR memiliki nilai tertinggi sebesar 0,706613 atas PT Pantai Indah Kapuk Dua (PANI) pada tahun 2020, nilai terendah sebesar - 0,05238 atas PT Panca Mitra Multiperdana (PMMP) pada tahun 2022, kemudian untuk nilai mean sebesar 0.213373 , dan untuk nilai standar deviasi sebesar 0.077483
5. Profitabilitas (Z) berdasarkan perhitungan rasio ROA memiliki nilai tertinggi sebesar 0,331943 atas PT Multi Bintang Indonesia (MLBI) pada tahun 2024, nilai terendah sebesar 0,000126 atas PT Pantai Indah Kapuk Dua Tbk pada tahun 2021, kemudian untuk nilai mean sebesar 0.105083, dan untuk nilai standar deviasi sebesar 0.066842

4.1.3 Penentuan Model Estimasi Data Panel

Dalam penelitian ini, pendekatan regresi data panel digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum menentukan model regresi panel yang paling tepat, dilakukan serangkaian uji untuk memilih antara tiga model utama, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

4.1.2.1 Uji Chow

Uji chow dilakukan untuk membandingkan atau memilih model mana yang terbaik atau yang paling tepat diantara *common Effect* dan *fixed effect*. Berikut adalah hasil dari uji chow :

Tabel 4. 2 Hasil Uji Chow

Effect Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-Section F	5.635664	(17,65)	0.0000
Cross-Section Chi-square	81.523182	17	0.0000

Sumber : Data diolah E-views 12 (2025)

Berdasarkan pengujian diperoleh nilai statistik Cross-section F sebesar 5,635664 dengan probabilitas sebesar 0,0000. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Artinya, *Fixed Effect Model* lebih tepat dibandingkan *Common Effect Model* dalam penelitian ini.

4.1.2.2 Uji Hausman

Setelah *Fixed Effect Model* dipilih dari hasil uji Chow, dilakukan uji hausman untuk membandingkan apakah *random effect model* lebih baik dibandingkan *fixed effect model* . Berikut hasil dari uji hausman :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Hausman

Test summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq d.f	Prob
Cross-section Random	62.007620	7	0.0000

Sumber : Data diolah E-views 12 (2025)

Nilai probabilitas dari uji hausman adalah $0,0000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti tidak

terdapat random effect dalam model. Dengan kata lain, model fixed effect lebih sesuai dibandingkan random effect.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), yang berarti model harus bebas dari pelanggaran asumsi-asumsi klasik. Karena model regresi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (CEM), maka pengujian asumsi klasik yang dilakukan pada dua jenis uji, yaitu uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

4.1.3.1 Uji Multikolineritas

Penelitian ini menguji potensi multikolineritas antara variabel. Multikolineritas dapat menjadi masalah dalam analisis regresi karena dapat menyebabkan ketidakstabilan dan ketidakakuratan pada koefisien regresi.

Dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolineritas

	<i>Tax avoidance</i>	Kepemilikan Institusional	<i>Capital Intensity</i>	<i>Advertising</i>	Profitabilitas
<i>Tax Avoidance</i>	1.000000	-0.262305	0.267871	-0.101937	0.006297
Kepemilikan Institusional	-0.262305	1.000000	-0.161754	-0.166352	0.229911
<i>Capital Intensity</i>	0.267871	-0.161754	1.000000	0.160141	0.247128
<i>Advertising</i>	-0.101937	-0.166352	0.160141	1.000000	-0.057690
Profitabilitas	0.006297	0.229911	0.247128	-0.057690	1.000000

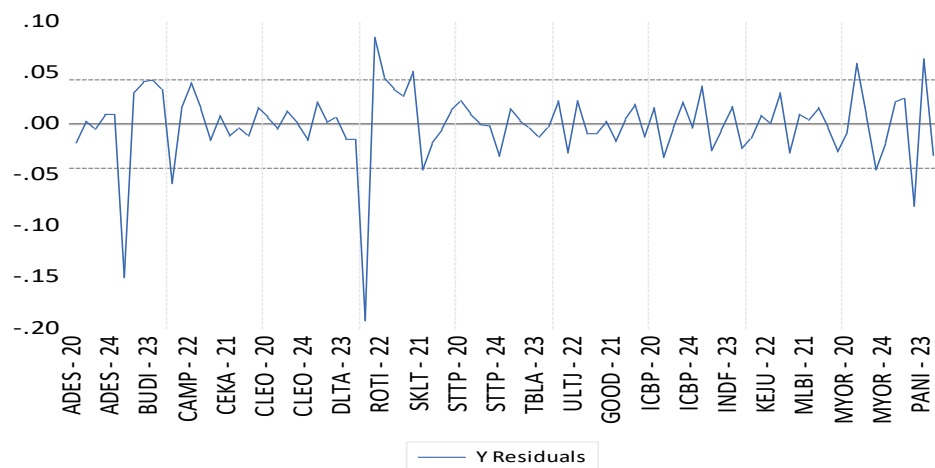
Sumber : Data diolah E-views 12 (2025)

Menurut Ghozali (2018), indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat apabila nilai korelasi antara dua variabel independen melebihi 0,90. Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui bahwa seluruh nilai korelasi antar variabel independen utama, yaitu kepemilikan institusional (X_1), *capital intensity* (X_2), *advertising* (X_3), dan profitabilitas (Z), berada di bawah 0,90 ($<0,90$). Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel-variabel yang diuji.

4.1.3.2 Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi dengan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM) tidak mengalami pelanggaran terhadap asumsi homoskedastisitas.

Gambar 4 1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan Gambar 4.1 hasil uji heterokedastisitas menunjukkan nilai diantara 500 dan -500 sehingga asumsi heterokedastisitas terpenuhi.

4.1.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan pendekatan regresi data panel, yang menggabungkan data dari *cross-section* dan *time series* untuk menganalisis

hubungan antar variabel dengan lebih mendalam. Data *time series* yang digunakan mencakup periode 5 tahun dari tahun 2020 sampai tahun 2024, Sementara data *cross-section* diambil dari 18 perusahaan yang mengalami laba selama periode penelitian dan juga terdaftar di BEI . *Fixed Effect Model* (FEM) digunakan sebagai metode estimasi regresi dalam analisis data panel pada penelitian ini, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5 Nilai Statistik dari Koefisien Determinasi dan Uji T

Variabel	Coeff	Std.Eror	t-Statistic	Prob
C	0.387626	0.077310	5.013892	0.0000
X1	-0.254188	0.108007	-2.353440	0.0216
X2	0.108140	0.023491	4.603528	0.0000
X3	-1.834404	0.717586	-2.556353	0.0129
X1Z	1.717127	0.683721	2.511445	0.0145
X2Z	-0.041609	0.010502	-3.961918	0.0002
X3Z	18.26644	6.261145	2.917429	0.0048
F-statistic	9.309014		R-squared	0.774631
Prob(F-statistic)	0.000000		Adjusted R-squared	0.691418

Sumber : Data diolah E-views 12 (2025)

4.1.6 Uji Hipotesis

Pada pengujian hipotesis dilakukan pengujian pengaruh parsial T (uji-T) serta analisis koefisien determinasi. Nilai statistic dari uji T dan koefisien determinasi tersedia dalam tabel 4.3

4.1.5.1 Uji Signifikan Pengaruhh Parsial (Uji-T)

Berdasarkan tabel 4.5 terdapat persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = 0.387626079474 - 0.254187590705 \cdot X1 + 0.108140299518 \cdot X2 - 1.83440393991 \cdot X3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui :

1. Variabel kepemilikan institusional (X1) menunjukkan koefisien regresi sebesar -0.254187 dengan tingkat signifikansi $0.0216 < 0,05$. Nilai t-statistik sebesar -2.353440 menunjukkan bahwa secara statistik, variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Arah koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa peningkatan kepemilikan institusional cenderung menurunkan tingkat *tax avoidance* pada perusahaan.
2. Variabel *capital intensity* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.108140 dengan nilai signifikansi $0.0000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar 4.603528. Hal ini menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *tax avoidance*. Artinya, semakin tinggi *capital intensity* suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan untuk melakukan *tax avoidance*.
3. Variabel *advertising* (X3) menunjukkan koefisien regresi sebesar -1.834404 dengan nilai signifikansi $0.0129 < 0,05$. T-statistik sebesar -2.556353 mendukung bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *advertising* terhadap *tax avoidance*. Arah pengaruhnya yang negatif menunjukkan bahwa pengeluaran untuk *Advertising* berhubungan dengan penurunan praktik *tax avoidance* pada perusahaan.
4. Variabel moderasi antara kepemilikan institusional dan profitabilitas (X1Z) memiliki koefisien sebesar 1.717127 dan signifikansi $0.0145 < 0,05$. Nilai t-statistik sebesar 2.511445 menunjukkan bahwa

profitabilitas memoderasi secara signifikan hubungan antara kepemilikan institusional dan *tax avoidance*. Dengan arah koefisien yang positif, ini berarti bahwa adanya profitabilitas memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*..

5. Variabel moderasi antara *capital intensity* dan profitabilitas (X2Z) memiliki koefisien sebesar -0.041609 dengan nilai signifikansi $0.0002 < 0,05$ dan t-statistik sebesar -3.961918. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas secara signifikan memoderasi hubungan antara *capital intensity* dan *tax avoidance*. Namun, arah koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa profitabilitas melemahkan pengaruh positif *capital intensity* terhadap *tax avoidance*.

6. Variabel moderasi antara *advertising* dan profitabilitas (X3Z) menunjukkan koefisien sebesar 18.26644 dan nilai signifikansi $0.0048 < 0,05$. T-statistik sebesar 2.917429 menunjukkan bahwa interaksi ini signifikan secara statistik. Hal ini berarti bahwa profitabilitas berperan dalam memoderasi pengaruh *advertising* terhadap *tax avoidance* dengan arah pengaruh yang positif.

4.1.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R-squared*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R-squared*) sebesar 0.691418 menunjukkan bahwa sekitar 69,14% variasi dalam variabel dependen, yaitu *tax avoidance*, dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model ini, yaitu kepemilikan institusional (X1), *capital intensity* (X2), *advertising* (X3), profitabilitas (Z), serta interaksi antara ketiganya dengan

profitabilitas (X1Z, X2Z, X3Z). Dengan kata lain, model ini memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik karena mampu menjelaskan sebagian besar perubahan dalam perilaku penghindaran pajak perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 30,86% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model atau error/residual yang tidak dimasukkan dalam analisis ini. Nilai *Adjusted R-squared* yang tinggi seperti ini menandakan bahwa model regresi yang dibangun cukup kuat dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*

Hasil analisis dari pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel kepemilikan institusional menunjukkan koefisien regresi sebesar -0.254187 nilai probability $0.0216 < 0,05$. Nilai t-statistik sebesar -2.353440 sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini ditolak, yang artinya kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, dimana semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional maka akan semakin rendah tingkat untuk melakukan praktek *tax avoidance*. Kepemilikan institusional sebagai pemilik saham yang memiliki kepentingan jangka panjang cenderung mengedepankan transparansi dan tata kelola perusahaan yang baik, sehingga mereka lebih berhati-hati terhadap tindakan manajemen yang berpotensi menimbulkan risiko hukum atau reputasi, termasuk *tax avoidance*.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan teori agensi juga berasumsi bahwa pemegang saham institusional dapat mendorong manajemen untuk melakukan efisiensi beban pajak melalui praktik *tax avoidance*. Hal ini memiliki makna bahwa kepemilikan institusional sebagai pihak yang memonitor perusahaan mampu memberikan kontrol terhadap tindakan manajemen atas kesempatan untuk melakukan praktek *tax avoidance* (Gusti et al., 2022).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zaenuddin & Thamrin (2023), Gusti et al., (2022) dan Asnawati & Nurdyastuti (2019) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negative signifikan terhadap *tax avoidance*.

4.2.2 Pengaruh capital intensity terhadap tax avoidance

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* (X2) memiliki nilai probability $0.0000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0.108140 dengan nilai dan t-statistik sebesar 4.603528 menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *tax avoidance*. Artinya, semakin tinggi *capital intensity* suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan untuk melakukan *tax avoidance*, hal tersebut bisa terjadi dikarenakan aset tetap dalam perusahaan menimbulkan beban penyusutan yang dapat digunakan sebagai pengurang laba (baik secara akuntansi maupun secara fiskal) dan laba yang rendah akan mengurangi beban pajak perusahaan.

Hal tersebut selaras dengan teori agensi dimana manajer sebagai agen lebih banyak mengetahui keadaan keuangan perusahaan yang sebenarnya sehingga memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan kepentingan perusahaan dengan cara meminimalkan beban pajak yang ditanggung, salah satunya melalui *tax avoidance*.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afridayani & Ramlan Nugraha (2024) Sudarta (2022) Rahma et al., (2022) Lukito & Sandra (2021) yang juga menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini hipotesis H2 diterima.

4.2.3 pengaruh advertising terhadap *tax avoidance*

Dari hasil uji t diketahui t statistik dari variabel *advertising* adalah -2.556353 dengan tingkat signifikan ($0.0129 < 0,05$) intensitas modal berpengaruh negative terhadap *tax avoidance*. Dengan demikian H3 ditolak. Artinya, semakin tinggi pengeluaran perusahaan untuk *Advertising*, maka semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Perusahaan dengan intensitas *Advertising* yang tinggi umumnya diasosiasikan dengan citra yang positif di mata publik. Citra positif ini mendorong perusahaan untuk bersikap lebih patuh terhadap regulasi, termasuk dalam hal perpajakan. Dengan menjaga kepatuhan pajak, perusahaan berupaya untuk mempertahankan reputasi yang telah dibangun melalui aktivitas *advertising*.

Temuan ini bertentangan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa manajer (agen) akan cenderung memaksimalkan kepentingan pribadinya, termasuk dengan melakukan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba bersih perusahaan yang menjadi dasar kompensasi mereka. Namun, dalam konteks ini, reputasi perusahaan tampaknya menjadi faktor pengendali yang lebih dominan, sehingga manajer memilih untuk menghindari strategi penghindaran pajak yang berisiko mencoreng citra perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Satyawan (2020) dan Fatmawati & Solikin (2017) yang menyatakan bahwa *advertising* berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*.

4.2.4 Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*

Hasil Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel interaksi antara kepemilikan institusional dan profitabilitas (X1Z) memiliki koefisien sebesar 1.717127 dengan nilai signifikansi $0.0145 < 0,05$, serta t-statistik sebesar 2.511445. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memoderasi secara signifikan hubungan antara kepemilikan institusional dan *tax avoidance*. Karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis 4 dinyatakan diterima. Koefisien interaksi yang positif mengindikasikan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*. Mengingat pada hipotesis 1 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, maka arah interaksi ini bermakna bahwa dalam kondisi

profitabilitas yang tinggi, pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance* menjadi lebih kuat. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pula kemampuan kepemilikan institusional dalam menekan praktik penghindaran pajak.

Hal ini dapat dijelaskan melalui teori agensi, di mana kepemilikan institusional berfungsi sebagai mekanisme pengawasan yang efektif terhadap tindakan oportunistik manajemen, termasuk dalam hal penghindaran pajak. Pada perusahaan dengan profitabilitas tinggi, pemilik institusional cenderung lebih aktif dalam mengawasi penggunaan laba dan memastikan bahwa keuntungan digunakan secara bertanggung jawab, bukan untuk strategi agresif seperti *tax avoidance*. Oleh karena itu, keberadaan profitabilitas memperkuat pengaruh pengawasan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ella novitasari, 2024), yang menyatakan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance*

4.2.5 profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *capital intensity* terhadap *tax avoidance*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel interaksi antara *capital intensity* dan profitabilitas (X2Z) memiliki koefisien sebesar -0.041609 dengan nilai signifikansi $0.0002 < 0,05$ dan t-statistik sebesar -3.961918. Temuan ini menunjukkan bahwa profitabilitas secara signifikan memoderasi hubungan antara *capital intensity* dan *tax avoidance*. Dengan demikian, hipotesis 5 dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Namun, arah

koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa profitabilitas justru melemahkan pengaruh positif *capital intensity* terhadap *tax avoidance*. Artinya, meskipun pada hasil hipotesis 2 ditemukan bahwa *capital intensity* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* yang berarti semakin tinggi nilai *capital intensity* maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak pengaruh ini menjadi lebih lemah ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi.

Secara teoritis, *capital intensity* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki proporsi aset tetap yang besar seperti mesin, gedung, dan peralatan. Aset-aset ini memberikan manfaat fiskal berupa beban penyusutan yang dapat digunakan untuk mengurangi laba kena pajak. Oleh karena itu, perusahaan dengan *capital intensity* tinggi cenderung memiliki potensi yang lebih besar dalam melakukan *tax avoidance* melalui pemanfaatan beban penyusutan tersebut. Namun, ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, kecenderungan ini menjadi lebih terkontrol.

Dalam perspektif *Agency Theory*, hubungan ini mencerminkan adanya konflik keagenan antara manajemen sebagai agen dan pemilik sebagai prinsipal, ketika perusahaan memiliki tingkat profitabilitas tinggi, manajemen cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan aset tetap sebagai sarana penghindaran pajak. Hal ini terjadi karena adanya pengawasan yang lebih ketat dari pemilik, serta tekanan eksternal dari

publik dan otoritas pajak, yang mengharuskan manajer menjaga reputasi dan keberlanjutan perusahaan.

Perusahaan yang menguntungkan biasanya lebih mendapat sorotan dari publik, investor, maupun otoritas pajak, sehingga manajemen cenderung berhati-hati dalam menjalankan strategi pajak agresif. Tingkat profitabilitas yang tinggi juga berkaitan erat dengan reputasi perusahaan. Perusahaan dengan reputasi baik dan kinerja laba yang tinggi akan lebih mempertimbangkan citra dan tanggung jawab sosialnya dibanding perusahaan yang kurang menguntungkan. Oleh karena itu, meskipun memiliki peluang untuk melakukan *tax avoidance* melalui *capital intensity*, perusahaan profitabel justru bisa menahan diri demi menjaga kredibilitas dan kepercayaan pasar. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa perusahaan yang telah mencapai tingkat efisiensi internal tinggi melalui laba yang besar mungkin tidak lagi terlalu bergantung pada strategi penghindaran pajak. Mereka lebih fokus pada keberlanjutan usaha jangka panjang dan kepatuhan terhadap regulasi pajak. Hal ini membuat pengaruh *capital intensity* terhadap *tax avoidance* menjadi semakin lemah dalam kondisi profitabilitas tinggi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Safira,(2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *capital intensity* dengan *tax avoidance*.

4.2.6 Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *advertising* terhadap *tax avoidance*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel moderasi antara *advertising* dan profitabilitas (X3Z) memiliki koefisien sebesar 18.26644 dengan nilai signifikansi sebesar $0.0048 < 0,05$ dan t-statistik sebesar 2.917429. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara *advertising* dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Karena nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hipotesis 6 dalam penelitian ini dapat diterima. Arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan antara *advertising* dan *tax avoidance*. Dalam penelitian ini, hasil hipotesis 3 sebelumnya menunjukkan bahwa *advertising* berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang berarti semakin besar pengeluaran untuk *Advertising*, semakin kecil kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak. Oleh karena itu, interaksi yang positif ini mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi memperkuat pengaruh negatif *advertising* terhadap *tax avoidance*.

hasil ini dapat dijelaskan dengan menggunakan teori agensi. Dalam konteks hubungan agensi, manajer sebagai agen memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri, termasuk melalui praktik *tax avoidance*. Namun, ketika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dan pengeluaran *Advertising* yang besar, kecenderungan tersebut dapat ditekan karena adanya ekspektasi dari prinsipal (pemegang saham) untuk menjaga reputasi perusahaan. *Advertising* yang tinggi mencerminkan

upaya manajemen dalam membangun citra dan reputasi perusahaan di mata publik, sementara profitabilitas menunjukkan keberhasilan kinerja manajemen. Kombinasi keduanya menciptakan tekanan reputasi yang lebih besar terhadap manajemen agar menjaga kepatuhan terhadap peraturan, termasuk peraturan perpajakan. Dengan demikian, mekanisme pengawasan berbasis reputasi dan harapan stakeholder ini berperan sebagai pengurang konflik keagenan, sehingga manajemen cenderung menghindari strategi pajak agresif.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Suharto et al., 2022) Dimana Perusahaan yang mengutamakan reputasinya biasanya memiliki beban iklan yang tinggi serta memiliki kecenderungan lebih rendah dalam praktik penghindaran pajak, sebagaimana iklan membuat barang dan jasa perusahaan makin dikenal pasar maka tingkat penjualan meningkat, dengan meningkatnya kinerja penjualan dan laba perusahaan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam bab ini disusun berdasarkan hasil pengujian hipotesis terhadap pengaruh kepemilikan institusional, *capital intensity*, dan *advertising* terhadap *tax avoidance* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor food and baverage yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2024 :

1. Kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang berarti semakin tinggi kepemilikan institusional, maka semakin rendah tingkat praktik *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan. Hal ini memiliki makna bahwa kepemilikan institusional sebagai pihak yang memonitor perusahaan mampu memberikan kontrol terhadap tindakan manajemen atas kesempatan untuk melakukan praktek *tax avoidance*.
2. *Capital intensity* berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang berarti semakin tinggi nilai *capital intensity* perusahaan, maka semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan *tax avoidance*. hal tersebut bisa terjadi dikarenakan aset tetap dalam perusahaan menimbulkan beban penyusutan yang dapat digunakan sebagai pengurang laba (baik secara akuntansi maupun secara fiskal) dan laba yang rendah akan mengurangi beban pajak perusahaan.
3. *Advertising* berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*, yang berarti semakin tinggi pengeluaran perusahaan untuk *Advertising*, maka

semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan *tax avoidance*. Perusahaan dengan intensitas *Advertising* yang tinggi umumnya diasosiasikan dengan citra yang positif di mata publik. Citra positif ini mendorong perusahaan untuk bersikap lebih patuh terhadap regulasi, termasuk dalam hal perpajakan. Dengan menjaga kepatuhan pajak, perusahaan berupaya untuk mempertahankan reputasi yang telah dibangun melalui aktivitas *advertising*

4. Profitabilitas memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance* secara signifikan, dengan memperkuat pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap praktik *tax avoidance*. pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap *tax avoidance* menjadi lebih kuat. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pula kemampuan kepemilikan institusional dalam menekan praktik penghindaran pajak.
5. Profitabilitas secara signifikan memoderasi pengaruh *capital intensity* terhadap *tax avoidance* dengan efek melemahkan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin berkurang pengaruh positif *capital intensity* terhadap praktik *tax avoidance*. Temuan ini menegaskan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki insentif untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan pasar dengan mengedepankan kepatuhan pajak.
6. Profitabilitas secara signifikan memoderasi pengaruh *advertising* terhadap *tax avoidance* dengan arah memperkuat, yang berarti semakin tinggi

profitabilitas perusahaan, semakin kuat pengaruh negatif *advertising* terhadap praktik *tax avoidance*. Dimana Perusahaan yang mengutamakan reputasinya biasanya memiliki beban iklan yang tinggi serta memiliki kecenderungan lebih rendah dalam praktik penghindaran pajak, sebagaimana iklan membuat barang dan jasa perusahaan makin dikenal pasar maka tingkat penjualan meningkat, dengan meningkatnya kinerja penjualan dan laba perusahaan

5.1 SARAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain terbatas pada sektor manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh sektor industri. Selain itu, variabel yang digunakan masih terbatas, hanya mencakup kepemilikan institusional, *capital intensity*, dan *advertising*, serta profitabilitas sebagai variabel moderasi, padahal terdapat variabel lain yang juga relevan dalam menjelaskan *tax avoidance*. Penelitian ini juga sepenuhnya mengandalkan data sekunder dari laporan keuangan, sehingga tidak mampu menggali lebih dalam aspek kualitatif atau pertimbangan manajerial dalam praktik penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada sektor industri yang berbeda, seperti sektor pertambangan, keuangan, atau properti, agar diperoleh hasil yang lebih beragam dan dapat digunakan untuk membandingkan strategi *tax avoidance* antar sektor, seperti penelitian Suharto et al., (2022).

2. Penelitian mendatang dianjurkan untuk mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti *leverage*, ukuran perusahaan, atau variabel tata kelola perusahaan, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *tax avoidance* seperti penelitian dari Vita,(2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Afridayani, & Ramlan Nugraha. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional , Sales Growth, Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Semarak*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.32493/Smk.V7i1.38536>
- Alya Dhiya Lestari, & Hasnawati. (2023). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman (Sektor Konsumen Primer) Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 171–184. <https://doi.org/10.25105/Jet.V3i1.15457>
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V3i3.148>
- Ari Diyani, L., & Aulia Rahman, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Food And Beverage. *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 118–140. <https://doi.org/10.21632/Saki.5.1.118-140>
- Asnawati, A., & Nurdyastuti, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2018). *Stie Adi Unggul Bhirawa*, 2(1), 71–82. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/aktual/article/view/537>
- Awaludin, M., Maryam, S., & Firmansyah, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Industri Kecil Dan Menengah Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Konstanta*, 2(1), 156–174. <https://doi.org/10.29303/Konstanta.V2i1.461>
- Bandaro, L. A. S., & Ariyanto, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran

- Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Manajerial Dan Capital Intensity Ratio Terhadap Tax Avoidance. In *Ultimaccounting : Jurnal Ilmu Akuntansi* (Vol. 12, Issue 2, Pp. 320–331). <https://doi.org/10.31937/Akuntansi.V12i2.1883>
- Basuki, A. T. (2019). Modul Pratikum Eviews. *Danisa Media*, 1–120.
- Bulawan, H. A. N. R., Ilham, I., Ka, V. S. Den, & Arifin, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Pabean.*, 5(2), 184–196. <https://doi.org/10.61141/Pabean.V5i2.426>
- Dewi, N. M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Maksimum*, 9(2), 171–189.
- Dewi, S. L., & Oktaviani, R. M. (2021). Pengaruh Leverage, Capital Intensity, Komisaris Independen Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 179–194. <https://doi.org/10.29303/Akurasi.V4i2.122>
- Fasiska, D., Safitri, Y., & Meyla, D. N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 1(2), 140–151. <https://doi.org/10.31933/Epja.V1i2.829>
- Fatmawati, O. R., & Solikin, A. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Beban Iklan Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Substansi*, 1(1), 123–141.
- Gusti, G. M. A., Diana, N., & Afifudin. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jra*, 11(04), 93–102.
- Hana Khoirun Nisa, A. S. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Risiko

Perusahaan Dan Beban Iklan Terhadap Tax Avoidance. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 1(3), 1008–1028.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).

Hariato, R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Konferensi Ilmiah Akuntansi Ix*. <https://Ojs.Uph.Edu/Index.Php/Kia9/Article/View/5577>

Izzati, Y. (2021). *Pengaruh Kebijakan Keuangan Terhadap Tax Avoidance Farida Idayati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*. 1–20.

Jasmine, U. (2017). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2024). *Jom Fekon*, 4(1), 1786–1800.

Kartikasari, E., Dewi, A., & Sulton, M. (2022). Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Si Bei Tahun 2016-2019. *Owner*, 6(1), 940–947. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i1.703>

Lukito, D. P., & Sandra, A. (2021). Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas, Dan Financial Distress Terhadap Tax Avoidance. In *Jurnal Akuntansi* (Vol. 10, Issue 2, Pp. 114–125). <https://doi.org/10.46806/Ja.V10i2.803>

Mappadang, A. (2021). Efek Tax Avoidance & Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *Cv. Pena Prasada*, 2, 120.

Maulina, L. ., & Mu'arif, S. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Karakter Eksekutif Dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah*

Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, 1(4), 01–13.
<https://doi.org/10.61722/Jemba.V1i4.436>

Mita Dewi, N. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Maksimum*, 9(1), 40.
<https://doi.org/10.26714/Mki.9.1.2019.40-51>

Muchammad Tri Rinaldi, Sartika Wulandari, & Muhammad Ali Ma'sum. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Kompensasi Eksekutif, Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(2), 379–390.
<https://doi.org/10.51903/Kompak.V15i2.801>

Muliana, M., Sebayang, B., Rangkuti, R. I., Ayu, D., & Sirait, P. (2024). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Karakteristik Eksekutif, Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Lq 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022*. 5(1).

Nisa Aulia, & Desy Purwasih. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan capital Intensity Terhadap Tax Avoidance dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020). *Jurnal Revenue, Jurnal Akuntansi*, 3(2), 395–405.

Noviani, I. R., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Bisnis, J. A., & Perpajakan, P. S. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan*.

Purba, R. B. (2020). Teori Akuntansi: Sebuah Pemahaman Untuk Mendukung Penelitian Di Bidang Akuntansi Cetak. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).

Putra, A. S., & Zahroh, F. (2023). Analisis Determinan Tax Avoidance Pada

- Perusahaan Sub Sektor Farmasi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 6(2), 257–272. <https://doi.org/10.22219/Jaa.V6i2.26421>
- Putri, W. A., & Halmawati, H. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Tax Avoidance: Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(1), 176–192. <https://doi.org/10.24036/Jea.V5i1.701>
- Rahma, A. A., Pratiwi, N., Mary, H., & Indriyenni, I. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Karakteristik Perusahaan, Dan Csr Disclosure Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur. *Owner*, 6(1), 677–689. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i1.637>
- Safira, M. R. (2023). Pengaruh Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (Jii) Tahun 2019-2021*.
- Sanchez, G. R., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Leverage Dan Kepemilikan Insitusional Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Kocenin Serial Konferensi Webinar Nasional Cendekiawan Ke 6*, 1(1), 5.10.1-5.10.8.
- Sari, W. (2021). Kinerja Keuangan. *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical*, 44(8), 1–14. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Septanta, R. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Penghindaran Pajak. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management And Business*, 6(1), 95–104. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V6i1.623>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Sohail Aslam¹, Maqsood Ahmad², H. F. A. And S. E. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Dan Komite Audit

Terhadap Tax Avoidance Pada Sektor Perusahaan Energi Di Indonesia Tahun 2013-2022. *Journal Geej*, 7(2), 1–18. [Http://Www.Joi.Isoss.Net/Pdfs/Vol-7-No-2-2021/03_J_Isoss_7_2.Pdf](http://Www.Joi.Isoss.Net/Pdfs/Vol-7-No-2-2021/03_J_Isoss_7_2.Pdf)

Sudarta. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Berindeks Lq-45 Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 16(1), 1–23.

Suharto, S. R., Dhia Naufal Rafi, & Hasnawati, H. (2022). Pengaruh Advertising, Capital Expenditure, Pendidikan Ceo Dan Pendidikan Cfo Terhadap Tax Avoidance Pada Sektor Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 9(2), 340–355. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i2.15098>

Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1), 1–8.

Teuku Meldi Kesuma. (2013). *Prinsip Dan Kriteria Periklanan Dari Perspektif Islam*. 1(April), 59–82.

Vita, N. O. (2023). Pengaruh Kepemilikan Asing Dan Tunneling Incentive Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2021. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 219–231. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i3.1332>

Yuniarwati, A. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 10. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11398>

Yusuf, M., & Herawati, H. (2021). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Akrual: Jurnal*

Akuntansi Dan Keuangan, 3(1), 44–57.
<https://doi.org/10.34005/Akrual.V3i1.1531>

Zaenuddin, A. A., & Thamrin, D. B. (2023). Pengaruh Return On Assets, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 140.
<https://doi.org/10.24853/Jago.3.2.140-152>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	Z
Mean	0.213373	0.660154	0.328138	0.027512	0.105083
Median	0.215610	0.763888	0.309114	0.027972	0.096834
Maximum	0.706613	0.942591	0.762855	0.130799	0.331943
Minimum	-0.051465	0.000000	0.000831	0.000000	0.000126
Std. Dev.	0.077483	0.256452	0.184442	0.028104	0.066842
Skewness	1.735464	-1.131550	0.397337	1.332543	0.927426
Kurtosis	22.26880	3.659335	2.800704	5.420190	4.073574
Jarque-Bera	1437.503	20.83629	2.517093	48.60001	17.22388
Probability	0.000000	0.000030	0.284067	0.000000	0.000182
Sum	19.20358	59.41389	29.53246	2.476047	9.457433
Sum Sq. Dev.	0.534323	5.853321	3.027673	0.070294	0.397642
Observations	90	90	90	90	90

Lampiran 2 Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.635664	(17,65)	0.0000
Cross-section Chi-square	81.523182	17	0.0000

Lampiran 3 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	62.007620	7	0.0000

Lampiran 4 Analisa Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 06/24/25 Time: 10:32

Sample: 2020 2024

Periods included: 5

Cross-sections included: 18

Total panel (balanced) observations: 90

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.387626	0.077310	5.013892	0.0000
X1	-0.254188	0.108007	-2.353440	0.0216
X2	0.108140	0.023491	4.603528	0.0000
X3	-1.834404	0.717586	-2.556353	0.0129
Z	-1.359266	0.619445	-2.194329	0.0318
X1Z	1.717127	0.683721	2.511445	0.0145
X2Z	-0.041609	0.010502	-3.961918	0.0002
X3Z	18.26644	6.261145	2.917429	0.0048

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.774631	Mean dependent var	0.213373
Adjusted R-squared	0.691418	S.D. dependent var	0.077483

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan

6/19/25, 1:38 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210502110112
Nama : Renata Melati Al Merdiny
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A
Judul Skripsi : **PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, CAPITAL INTENSITY, SALES GROWTH, DAN ADVERTISING TERHADAP TAX AVOIDANCE DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BEI 2020-2023**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	28 Oktober 2024	Melakukan bimbingan terkait judul pada outline	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	10 November 2024	Bimbingan terkait BAB 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	28 November 2024	Bimbingan terkait BAB 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	6 Desember 2024	Bimbingan terkait BAB 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	22 Desember 2024	Bimbingan terkait BAB 1-3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	29 Januari 2025	Bimbingan terkait BAB 1-3	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	25 Maret 2025	Bimbingan terkait revisi dari seminar proposal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	12 Mei 2025	Bimbingan terkait hasil olah data bab IV	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	14 Mei 2025	Bimbingan lanjutan terkait bab IV	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	10 Juni 2025	Bimbingan skripsi bab 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	12 Juni 2025	Bimbingan skripsi bab 5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 12 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

6/19/25, 1:33 PM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Renata Melati Al Merdiny
NIM : 210502110112
Konsentrasi : Perpajakan

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, *CAPITAL INTENSITY*, DAN *ADVERTISING* TERHADAP *TAX AVOIDANCE* DENGAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	19%	12%	12%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Juni 2025

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd