

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara yang sumber pendanaannya berasal dari pajak dan non pajak. Tetapi sumber pendanaan terbesar negara masih berasal dari pajak. Pajak merupakan pungutan rakyat wajib bagi negara yang mempunyai hutang kepada badan atau orang pribadi dengan sifat yang memaksa agar tidak berikan imbalan langsung yang dipergunakan dalam keperluan negara (Mardiasmo, 2011). Pajak berperan penting pada ekonomi negara Indonesia, dikarenakan pajak adalah pendapatan negara dan menjadi penerimaan APBN yang paling besar. Maka dari itu pajak menjadi salah satu fokus pemerintah.

Pajak bagi perusahaan sebagai biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan. Semisal perusahaan mempunyai penghasilan yang kena pajak tinggi, maka besar pengeluarannya perusahaan untuk membayar pajak juga akan meningkat. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan akan berusaha untuk mencari cara agar perusahaan mengeluarkan biaya pajak lebih sedikit atau berkurang dengan cara mengatur pajak-pajak yang harus dibayar. Maka dari itu, dalam perpajakan sangat dimungkinkan perusahaan menjadi lebih agresif. Pajak mempunyai unsur memaksa yang membuat perusahaan melakukan praktek perlawanan pajak yaitu perlawanan pajak aktif dan perlawanan pajak pasif. Kedua perlawanan pajak tersebut yang lebih mendominasi strategi perusahaan untuk

menghindari pajak yaitu perlawanan pajak aktif yang dapat diwujudkan dalam bentuk agresivitas pajak.

Perusahaan berusaha untuk memperkecil jumlah beban pajak yang harus dibayarkan dengan cara ilegal (Tax Avoidance) ataupun ilegal (Tax Evasion) dan dengan memanfaatkan peluang yang ada dalam peraturan perpajakan merupakan tindakan agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki peluang besar untuk mengurangi jumlah beban pajak maka perusahaan tersebut dianggap semakin agresif terhadap pajak (Mustika, 2017). Tindakan agresivitas pajak dibagi menjadi dua cara yaitu:

1. **Tax avoidance** (penghindaran pajak) adalah upaya yang dilakukan secara legal dan aman untuk wajib pajak tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku dimana metode dan teknik yang digunakan lebih memanfaatkan kelemahan-kelemahannya (grey area) yang ada dalam Undang-Undang dan Peraturan Perpajakan itu sendiri agar dapat memperkecil jumlah pajak yang terutang.
2. **Tax evasion** (penggelapan/penyelundupan pajak) adalah upaya yang dilakukan secara illegal dengan menyembunyikan keadaan yang sebenarnya, dimana metode dan teknik yang digunakan tidak dalam Undang-Undang dan peraturan perpajakan, sehingga tidak aman bagi wajib pajak.

Pengeluaran negara yang setiap tahunnya kian meningkat maka akan berakibat pada target perpajakan yang terus naik setiap tahunnya. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menetapkan target yang bertumpu pada pertumbuhan

perpajakan yang sudah ada. Realisasi pendapatan perpajakan Indonesia dari tahun 2015 sampai tahun 2020 mengalami kenaikan secara signifikan (Tiaras dan Wijaya 2015).

Fenomena atau kasus agresivitas pajak dalam bentuk penghindaran pajak masih banyak ditemukan. Tax Justice Network melaporkan akibat dari penghindaran pajak, Indonesia diperkirakan merugi hingga 4,86 miliar dollar AS per tahun atau setara dengan Rp 68,7 triliun. Laporan tersebut menyebutkan, perusahaan multinasional mengalihkan labanya ke negara yang dianggap sebagai surga pajak. Tujuannya untuk tidak melaporkan berapa banyak keuntungan yang sebenarnya dihasilkan di negara tempat berbisnis. Korporasi akhirnya membayar pajak lebih rendah dari yang seharusnya (Sukmana, 2020).

Perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang dianggap mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian nasional, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa sektor ini mempunyai laba yang cukup besar (Ayu, Putu, 2017). Menurut Sulisyanto (2013) semakin besar laba yang diperoleh oleh perusahaan maka semakin besar juga beban pajak yang akan dibayar oleh perusahaan tersebut.

Keadaan ini akan mengakibatkan perusahaan melakukan tindakan meminimalan beban pajak terhadap perusahaannya karena bagi perusahaan, pajak adalah suatu beban yang dapat menurunkan jumlah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin tinggi jumlah beban pajak yang dibayar akan menyebabkan semakin kecilnya jumlah laba yang diperoleh (Putri, Citra Lestari dan Lautania,

Maya Febrianty, 2016). Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menjelaskan bahwa sektor industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik, dan barang keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. Era globalisasi saat ini perkembangan ekonomi di Indonesia berkembang dengan sangat cepat, terutama yang mendukung perekonomian Indonesia yaitu industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik, dikarenakan seluruh produknya selalu dibutuhkan oleh masyarakat, bahkan saat ini Indonesia menjadi negara yang sangat besar dengan memiliki penduduk yang cukup banyak. Industri barang konsumsi menghasilkan suatu produk yang sifatnya konsumtif dan disukai oleh seluruh masyarakat, seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan lain-lain. Terdapat 6 sub sektor dari Industri barang konsumsi diantaranya yaitu, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga, serta sub sektor barang konsumsi lainnya.

Fenomena kasus agresivitas pajak pada sektor industri barang konsumsi sudah sering kali terjadi salah satunya yaitu kasus PT Coca Cola Indonesia yang dituduh melakukan tindakan penghindaran pajak sebesar Rp. 49.24 miliar. Hasil penelusuran yang dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak menemukan bahwa adanya pembengkakan biaya yang mengakibatkan penghasilan kena pajak berkurang yang secara otomatis beban Pajak PT. Coca cola juga akan mengecil ([www.bisniskeuangan.kompas.com](http://www.bisniskeuangan.kompas.com))

Sub sektor makanan dan minuman juga mengalami permasalahan atau fenomena lainnya. Edwin Kosasih (2018), selaku Sekretaris PT. Tri Banyan Tirta Tbk mengatakan bahwa adanya perlambatan ekonomi domestik yang menyebabkan terjadinya pelemahan daya beli konsumen. Sehingga kinerja PT. Tri Banyan Tirta Tbk terkena dampaknya. Tahun 2018, kerugian yang diperoleh perusahaan sebesar Rp 13,41 miliar. Padahal tahun sebelumnya angka kerugian hanya Rp 2,13 miliar. Kenaikan yang signifikan itu disebabkan oleh persaingan yang cukup ketat di industri air minum, sehingga kondisi perusahaan menjadi memburuk yang berakibat pada anjloknya keuangan perusahaan. Saat kerugian terjadi pendapatan memang mengalami penurunan, tetapi beban usaha mengalami peningkatan. Bahkan manajemen perusahaan harus menekan beban pokok penjualannya menjadi Rp 52,70 miliar dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp 43,39 miliar. Disaat kerugian terjadi aset dan liabilitas perusahaan ikut berpengaruh, dimana liabilitas naik tahun 2018 sebesar Rp 700,72 miliar dibandingkan dengan tahun lalu Rp 690,099 miliar dan tentu saja aset mengalami penurunan sebesar Rp 1,106 triliun dibandingkan dengan tahun lalu Rp 1,09 triliun.

Sepanjang tahun 2019, indeks saham sektor barang konsumsi (consumer goods) tertekan paling dalam, terkoreksi hingga 20,11%. Lebih buruk bila dibandingkan tahun 2018 yang terkoreksi 10,21% ytd. Sejalan dengan survei indeks keyakinan konsumen (IKK) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) yang menjelaskan, memasuki bulan Juni hingga Oktober 2019, IKK terus menurun. Hingga pada Oktober 2019 berada di level terendah dalam dua tahun

terakhir yaitu sebesar 118,4. Dari sisi pasar saham, tekanan tersebut muncul antara lain dari saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang turun 5,73% selama 2019, saham PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) merosot 42,59%, saham PT Gudang Garam Tbk (GGRM) melamah 36,62%, saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 21,76% dan saham PT Garuda food Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) yang melemah 19,47% di sepanjang 2019. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com))

Penurunan pada saham UNVR inline dengan kinerja yang mengalami penurunan, hingga kuartal III 2019 laba UNVR turun 25% secara tahunan. Sedangkan HMSP dan GGRM anjlok lebih dikarenakan sentimen negatif berupa rencana kenaikan tarif cukai, Kendati sepanjang tahun 2019 sektor barang konsumsi masih tertekan, ini sejalan dengan IKK pada November 2019 yang kembali naik ke level 124,2. Di samping itu juga sentimen positif datang dari kenaikan komoditas agrikultur, secara tidak langsung dapat memicu konsumsi yang meningkat. Sementara itu, saham sektor barang konsumen di tahun 2020 masih cukup menantang terlihat dari inflasi yang akan lebih tinggi dari yang diharapkan. Tetapi pada tahun 2020 hingga saat ini alias secara year to date (ytd), indeks saham industri barang konsumsi (consumer goods) turun 12,68%. Penurunan indeks sektor ini disebabkan oleh saham-saham emiten rokok yang turun cukup dalam akibat sentimen negatif berupa rencana kenaikan tarif cukai 23% pada 2020. Pasalnya, saham-saham emiten rokok seperti PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) dan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) menjadi pendukung utama indeks saham ini. Meskipun begitu, Associate Director of Research and Investment Pilarmas Investindo Sekuritas Maximilianus Nico Demus

melihat, dampak negatif pada saham emiten-emiten rokok tersebut hanya bersifat sementara. ([www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id))

Penelitian ini didasarkan pada teori agensi yaitu merupakan teori yang mengartikan tanggung jawab antara prinsipal dan agen harus dipisahkan. Sebagai pihak yang memberikan otoritasnya kepada agen disebut dengan prinsipal. Pihak yang bertanggung jawab atas otoritas untuk mengatur perusahaan disebut agen (Adisamartha & Noviari, 2015). Menurut hasil penelitian Timothy (2010) perbedaan kepentingan menjadikan alasan dasar terjadinya konflik. Tindakan tersebut tidak sepenuhnya menguntungkan pemegang saham. Dengan adanya sistem tata kelola yang baik untuk mengawasi tindakan manajer dalam pengambilan keputusan merupakan salah satu solusi yang ada. Banyak peneliti terdahulu yang mencari tahu faktor apa saja yang berpengaruh terhadap tingkat agresivitas pajak. Secara tidak langsung ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat agresivitas pajak dalam perusahaan yang dapat mendorong perusahaan melakukan agresivitas pajak adalah profitabilitas, leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama adalah profitabilitas yang mempunyai kemampuan untuk mendapatkan laba dalam mengelola manajemen pada perusahaan (Wiagustini 2010). Apabila dalam rasio profitabilitas perusahaan rendah, maka tanggungan perusahaan terhadap beban pajak akan rendah juga dan apabila profitabilitas perusahaan semakin meningkat pada sektor perpajakan, maka dalam kewajibannya juga akan meningkat. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan Seri Andhara dan I Made Sukartha (2017) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif

terhadap agresivitas. Sama halnya dengan penelitian Ari Wahyu Leksono, Setya Stanto Albertus & Rendika Vhalery (2010) juga menyatakan hasil penelitiannya bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Penelitian Andi Kartika dan Ida Nurhayati (2020) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Penelitian Thomas Sumarsan Goh, Jotongan Nainggolan & Edison Sagala (2019) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian lain yaitu pada penelitian Wukir Wijatmoko Legowo, Selly Florentina & Amrie Firmansyah (2021) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan beberapa penelitian lainnya yaitu pada penelitian Mustika (2018) menyatakan hasil penelitiannya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian Agus Taufik Hidayat dan Era Febrina Fitria (2018) juga menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian lain yaitu pada penelitian Andi Prasetyo dan Sartika Wulandari (2021) juga menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor kedua selain profitabilitas, ada hal lain yang berpengaruh terhadap perusahaan untuk melakukan pembayaran pajak antara lain adalah *leverage*. Rasio yang menunjukkan besarnya utang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya. Penambahan jumlah utang akan mengakibatkan munculnya beban bunga yang harus dibayar oleh perusahaan (Sudaryo et al., 2018). Komponen beban bunga akan mengurangi laba sebelum pajak perusahaan, sehingga beban pajak yang harus dibayar

perusahaan akan menjadi berkurang. *Leverage* ialah rasio yang dimanfaatkan sebagai alat mengukur bagaimana aset perusahaan tersebut dibiayai melalui utang, yaitu berupa seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya (Feranika et al., 2016).

*Leverage* dimanfaatkan untuk mengukur kesanggupan utang pendek maupun utang jangka panjang dalam membiayai aktivitas ataupun aktivitas perusahaan. Adanya indikasi perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak dapat dilihat dari kebijakan pendanaan yang diambil perusahaan salah satunya kebijakan pendanaan adalah kebijakan leverage. Ketika pertumbuhan perusahaan mengalami peningkatan maka perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor salah satunya adalah kebijakan keuangan. Kenaikan rasio utang terhadap ekuitas akan meningkatkan leverage keuangan perusahaan. Ketika rasio perusahaan meningkatkan leverage akan mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan dalam keuangan untuk bias menyelesaikan kewajiban utangnya (Sulistiono, 2018). Menandakan bahwa besar aset diketahui dari pinjaman modal pada perusahaan dan terlihat dari hasil hitung pada rasio leverage. Untuk mengurangi laba perusahaan menggunakan tingkat leverage agar dapat mempengaruhi berkurangnya pada beban pajak perusahaan tersebut (Houston dan Brigham, 2010). Terhadap pinjamannya perusahaan diharuskan untuk membayar bunga apabila perusahaan melakukan leverage. Perusahaan dapat menghasilkan laba menurun dikarenakan pembayaran bunga menambah beban perusahaan dan membuat perusahaan akan terus berusaha

untuk menghindari adanya kebijaksanaan yang bisa meningkatkan pendapatan atau laba (Andreas, 2009).

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan oleh Seri Andhara dan I Made Sukartha (2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak, berbeda dengan hasil penelitian dari Mustika (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Pada hasil penelitian Agus Taufik Hidayat dan Era Febrina Fitria (2018) sama halnya bahwa pada hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak sedangkan pada hasil penelitian Thomas Sumarsan Goh, Jotongan Nainggolan & Edison Sagala (2019) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Pada penelitian selanjutnya yaitu penelitian Andi Kartika dan Ida Nurhayati (2020) menyatakan hasil penelitian bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, sama halnya dengan hasil penelitian Tutik Avrinia Wulansari, Kartika Hendra Titisari & Siti Nurlaela (2020) juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Namun pada penelitian Andi Prasetyo dan Sartika Wulandari (2021) dan pada penelitian Wukir Wijatmoko Legowo, Selly Florentina & Amrie Firmansyah (2021) mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Faktor ketiga adalah Likuiditas digunakan dalam pemenuhan kewajiban jangka pendek perusahaan dan memiliki periode sampai satu tahun walaupun berkaitan pada normalnya siklus operasional pada perusahaan (Subramayam, 2010). Menurut Bradley (1994) serta Siahaan (2005), Suyanto dan Supramono

(2012), mengatakan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik akan lebih taat terhadap kewajiban perpajakannya. Bagi perusahaan likuiditas sangat penting dikarenakan bisa memperhitungkan dampak dari perusahaan yang tidak mampu dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Tingginya likuiditas perusahaan menjadikan arus kas lebih baik dan perusahaan tidak diharuskan membayar seluruh kewajibannya sesuai peraturan yang berlaku. Rasio likuiditas semakin tinggi pada perusahaan artinya keadaan perusahaan sehat dan akan berusaha membuat alokasi ke periode-periode selanjutnya yang dimana perusahaan harus dalam keadaan baik pada tingkat pembayaran pajak yang tinggi.

Dengan hal ini, semakin tingginya tindakan dalam mengurangi laba agar terhindar dari beban pajak tinggi dan berdampak dengan tingkat agresivitas pajak perusahaan akan berbanding positif apabila semakin tingginya rasio likuiditas. Pada hasil penelitian Indradi (2018) mengatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan pada hasil penelitian Andi Kartika dan Ida Nurhayati (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Faktor keempat adalah Ukuran Perusahaan yang dapat diartikan sebagai skala dimana perusahaan dikatakan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan (Mustika, 2017). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak sumber daya yang berkualitas sehingga perusahaan tersebut dapat menggerakannya untuk memanipulasi dalam perencanaan pajak serta mengatur aktivitas-aktivitas yang

dapat meminimalisir beban pajak (Siefgried, 1972 dalam Midiastuty dan Suranta, 2016). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi agresivitas pajak perusahaan tersebut. variable yang terakhir dan menarik untuk diteliti. Dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan sebagai skala besar atau kecil perusahaan yang dapat dinyatakan pada nilai pasar saham, total asset dan lain-lain. Dengan hal ini, hasil penelitian pada Mustika (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian Thomas Sumarsan Goh, Jotongan Nainggolan & Edison Sagala (2019) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dalam hasil penelitian Andi Kartika dan Ida Nurhayati (2020) dan hasil penelitian Tutik Avrinia Wulansari, Kartika Hendra Titisari & Siti Nurlaela (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Namun berbeda dengan hasil penelitian Andi Prasetyo dan Sartika Wulandari (2021) dan hasil penelitian dari Wukir Wijatmoko Legowo, Selly Florentina & Amrie Firmansyah (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Alasan penelitian penting adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak khususnya pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015-2019. Tidak hanya itu, alasan penelitian penting agar dapat meminimalisir kecurangan perusahaan dalam melakukan agresivitas pajak dan dapat dijadikan sebagai saran untuk Dirjen

Pajak dalam pemeriksaan tindakan agresivitas pajak. Melihat fenomena yang terjadi bahwa pemerintah tidak mampu dalam mengejar target penerimaan pajak dan tidak bisa membuat realisasi pencapaian target secara maksimal, maka menjadi motivasi untuk meneliti lebih lanjut terkait adakah hubungan variabel profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2015- 2020.. Terkait beberapa hasil penelitian terdahulu yang tidak terkonsisten, maka diperlukan penelitian baru untuk menguji apakah berpengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dengan judul **“Analisis Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Tax Aggressiveness) Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang dilakukan di perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang dilakukan di perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi?

3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang dilakukan di perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak yang dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada industri barang konsumsi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan tujuan penelitian ini ad:

1. Memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi.
2. Memperoleh bukti empiris pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi.
3. Memperoleh bukti empiris pengaruh likuiditas terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi.
4. Memperoleh bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 pada sektor industri barang konsumsi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam sebuah penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak lain. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademis, Menambah akademik dari hasil penelitian ini yaitu mampu menambah pengetahuan terutama bagi bidang akuntansi dengan memberikan gambaran mengenai agresivitas pajak (*tax aggressiveness*) yang dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian sejenis maupun penelitian berikutnya yang bertujuan mengembangkan ilmu pengetahuan agar dunia pendidikan lebih maju dan berkembang.
2. Manfaat praktis, Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembang ilmu pengetahuan lebih spesifiknya yaitu mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak (*tax aggressiveness*). Dan menjadi masukan bagi perusahaan dalam mengelola dan menjalankan perusahaan sesuai dengan aturan yang berlaku.

#### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi penelitian ini dibuat dengan sistematika dengan runtut dan jelas, sehingga akan memudahkan pengguna untuk membaca dan memahami isi dari penelitian ini. Berikut uraian sistematika penelitian ini:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab satu penelitian ini berisikan uraian latar belakang masalah yang diteliti, perumusan masalah yang diteliti, tujuan penelitian, dan juga manfaat penelitian ini, selain itu juga sistematika penulisan proposal.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua dalam penelitian ini berisikan uraian tentang review literatur, batasan konseptual, kerangka teori/hipotesis dan menjelaskan mengenai landasan teori dalam penelitian terdahulu yang mendukung kerangka pemikiran penelitian. Penelitian ini menggunakan landasan teori yaitu mendefinisi yang berhubungan dari masing-masing indikator yang dapat menjadi acuan dalam penelitian dan dianggap sangat relevan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab tiga dalam penelitian ini menjelaskan tentang uraian tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional penelitian, pengukuran variabel, populasi, sampel, dan juga teknik pengambilan sampel.

## **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik, serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai peneliti berikutnya.