

## Peran Moderasi Narsisme Direktur Utama Dalam Pengambilan Keputusan Penghindaran Pajak

**Rudika Akbarin<sup>1</sup> Adhitya Putri Pratiwi<sup>2</sup>**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [rudikaakbarin@gmail.com](mailto:rudikaakbarin@gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan corporate reputation terhadap penghindaran pajak dengan narsisme direktur utama sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling sehingga sampel akhir yang didapatkan dengan metode tersebut sebanyak 32 perusahaan dengan total sampel penelitian 160 data sampel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan (X1) sebagai variabel bebas pertama, corporate reputation (X2) sebagai variabel bebas kedua dan penghindaran pajak (Y) sebagai variabel terikat serta narsisme direktur utama (Z) sebagai variabel moderasi. Metode analisis menggunakan teknik analisis regresi data panel dengan bantuan program E-Views 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang terbaik adalah Fixed Effect Model (FEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghindaran pajak dipengaruhi secara simultan oleh ukuran perusahaan dan corporate reputation, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak, corporate reputation tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak, narsisme direktur utama tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak, serta narsisme direktur utama tidak mampu memoderasi pengaruh corporate reputation terhadap penghindaran pajak.

**Kata Kunci:** Corporate Reputation, Narsisme Direktur Utama, Penghindaran Pajak, dan Ukuran Perusahaan

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of firm size and corporate reputation on tax avoidance, with CEO narcissism as a moderating variable. This is a quantitative study using secondary data sources. The population in this research consists of companies listed in the LQ45 index on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019–2023. The sampling method used is purposive sampling, resulting in a final sample of 32 companies with a total of 160 observational data points. The variables used in this study are firm size (X1) as the first independent variable, corporate reputation (X2) as the second independent variable, tax avoidance (Y) as the dependent variable, and CEO narcissism (Z) as the moderating variable. The analytical method employed is panel data regression analysis using the E-Views 12 software. The results indicate that the best-fitting model is the Fixed Effect Model (FEM). The findings show that tax avoidance is simultaneously influenced by firm size and corporate reputation. Firm size has a significant effect on tax avoidance, while corporate reputation does not. Additionally, CEO narcissism does not moderate the effect of firm size on tax avoidance, nor does it moderate the effect of corporate reputation on tax avoidance.*

**Keywords:** CEO Narcissism, Corporate Reputation, Firm Size, and Tax Avoidance



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

### PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran vital dalam membiayai pembangunan nasional. Melalui penerimaan dari sektor pajak, pemerintah dapat

menjalankan berbagai program dan kebijakan publik, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta perlindungan sosial. Oleh karena itu, efektivitas sistem perpajakan sangat menentukan keberhasilan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data laporan kinerja Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2019-2023), kontribusi pajak terhadap penerimaan negara terus menunjukkan peran dominannya meskipun mengalami fluktuasi. Kondisi ekonomi nasional dan global sangat mempengaruhi kinerja perpajakan. Meski demikian, peningkatan penerimaan negara dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa reformasi perpajakan dan peningkatan kepatuhan wajib pajak mulai menunjukkan hasil yang positif. Namun, tantangan masih tetap ada, khususnya dalam mengoptimalkan potensi penerimaan negara. Tantangan yang dihadapi dan dianggap masih relevan dan banyak dilakukan oleh wajib pajak yaitu tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia dengan cara-cara yang legal, tidak terkecuali perusahaan-perusahaan besar yang tergabung dalam indeks LQ4. Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*) adalah salah satu upaya yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak yang ditanggung dengan cara legal, yaitu dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan. Meskipun tidak melanggar hukum, pemerintah berharap peraturan yang ada dalam pembayaran perpajakan tidak disalahgunakan oleh perusahaan demi memperoleh keuntungan (Sari et al., 2020). Salah satu kasus yang menyita perhatian publik yaitu praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Adaro Energy Indonesia Tbk di tahun 2019, yang dimana PT Adaro Energy Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45. Dalam laporan yang dipublikasikan oleh (Adrian Tuswandi, 2022) PT Adaro diduga mengalihkan sebagian besar keuntungannya ke anak perusahaan yang ada di negara Singapura melalui transaksi afiliasi. Pengalihan ini menyebabkan beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih rendah. Praktik ini berkaitan erat dengan penerapan PSAK No.7 tentang pengungkapan pihak-pihak berelasi.

Terdapat banyak faktor yang menyebabkan Perusahaan (Wajib Pajak) melakukan tindakan penghindaran pajak. Salah satu faktor yang mendorong wajib pajak melakukan tindakan penghindaran pajak adalah ukuran perusahaan. Menurut Brigham & Houston, ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan besar umumnya memiliki kegiatan atau aktivitas yang lebih besar dan rumit sehingga banyak kesempatan atau celah untuk melakukan tindakan penghindaran pajak. Sebaliknya, perusahaan yang masih kecil umumnya memiliki aktivitas operasional yang masih terbatas sehingga keputusan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak sulit untuk dilakukan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan mempengaruhi tingginya tingkat penghindaran pajak agar mencapai penghematan beban pajak yang maksimal (Dalam & Novriyanti, 2020). Faktor lainnya yang mempengaruhi wajib pajak melakukan tindakan penghindaran pajak adalah reputasi perusahaan (*Corporate Reputation*). Reputasi perusahaan (*Corporate Reputation*) dianggap sebagai aset tidak berwujud yang mempengaruhi perilaku perpajakan di masa depan (Nurlaelly & Dewi, 2023). Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik senderung akan memberikan informasi secara jelas atau transparan untuk menarik perhatian publik. Umumnya perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan menghindari kebijakan penghindaran pajak untuk menjaga reputasi perusahaan.

Beberapa faktor yang sudah dijelaskan di paragraf sebelumnya akan dimoderasi oleh faktor internal Perusahaan. Faktor internal perusahaan merupakan orang yang memiliki posisi dan kekuasaan sehingga berpengaruh besar untuk operasional perusahaan. Orang yang memiliki pengaruh yang cukup besar tersebut adalah Direktur Utama. Penelitian yang

dilakukan oleh (Hidayat & Fadjarenie, 2025) menyatakan bahwa keberadaan Direktur Utama berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan Direktur Utama melakukan tindakan penghindaran pajak, salah satunya adalah narsisme atau *narcissism*. Menurut (García-Meca et al., 2021) narsisme mengacu pada kebutuhan seseorang pada perhatian, keaguman, dan ekspresi persetujuan publik dari orang lain. Direktur Utama yang narsis cenderung lebih berani dalam membuat keputusan yang berisiko salah satunya adalah Keputusan untuk melakukan praktik penghindaran pajak. Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak sudah dianalisis oleh beberapa peneliti terdahulu, penelitian tersebut menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak dimoderasi dengan peran narsisme direktur utama. Masih minimnya penelitian terdahulu yang menggunakan peran narsisme direktur utama menjadi pembaharuan dalam penelitian ini. Dimana peran narsisme direktur utama dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel moderasi untuk mengetahui hubungan antara ukuran perusahaan dan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak. Selain itu, penelitian juga memperbaharui tahun penelitian serta sektor penelitian yaitu tahun penelitian pada rentang tahun 2019-2023 serta sektor penelitian pada perusahaan-perusahaan besar yang termasuk dalam indeks LQ45.

Atas dasar fenomena yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Peran Moderasi Narsisme Direktur Utama Dalam Pengambilan Keputusan Penghindaran Pajak" pada perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka secara khusus penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate reputation* secara simultan terhadap penghindaran pajak? Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak? Apakah terdapat pengaruh *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak? Apakah narsisme direktur utama mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak? Apakah narsisme direktur utama mampu memoderasi hubungan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak? Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut: Untuk menganalisis dan menguji mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate reputation* secara simultan terhadap penghindaran pajak. Untuk menganalisis dan menguji mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Untuk menganalisis dan menguji mengenai pengaruh *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak. Untuk menganalisis dan menguji mengenai peran narsisme direktur utama dalam memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Untuk menganalisis dan menguji mengenai peran narsisme direktur utama dalam memoderasi pengaruh *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak.

## Pengembangan Hipotesis

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Reputation* Terhadap Penghindaran Pajak**

Ukuran Perusahaan adalah suatu skala perusahaan yang dapat dikelompokan menjadi besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan, dan nilai saham (Muhammad & Hakim, 2021) Ukuran Perusahaan juga dijelaskan dalam Pasal 1 Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor KEP-11/PM/1997 yang berbunyi "Perusahaan Menengah atau Kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp100.000.000.000,-". Berdasarkan Pasal tersebut dalam disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar dan kecil.

Perusahaan kecil atau menengah memiliki total aset tidak lebih dari Rp100.000.000.000,- sedangkan perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp100.000.000.000,-. *Corporate Reputation* merupakan sebuah langkah atau tindakan yang dilakukan suatu perusahaan dalam membentuk *image* yang baik bagi internal perusahaan dan menjalin hubungan terhadap para pemangku perusahaan (Rohman, 2021). *Corporate reputation* memiliki peranan penting bagi keberhasilan bisnis dan menjadi salah satu *intangible asset* yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan dibidang apapun (Nurlaelly & Dewi, 2023). Beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan diantaranya perusahaan perlu memahami dimensi dan atribut yang memengaruhi reputasi perusahaan berdasarkan masing – masing *stakeholder*, memantau reputasi dari berbagai *stakeholder* terhadap pesaing yang relevan, dan mengintegrasikan manajemen reputasi ke dalam proses bisnis perusahaan (indrasari, 2019). Perusahaan dengan ukuran yang besar menunjukkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar. Selain itu, perusahaan yang besar cenderung memiliki transaksi yang lebih kompleks sehingga mampu melakukan praktik penghindaran pajak. Salah satu cara yang biasanya dilakukan wajib pajak adalah dengan cara melakukan perhitungan penyusutan lebih cepat sehingga didapat nilai penyusutan yang lebih besar. Sedangkan Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan mengelola pajak secara efektif. Perusahaan dengan reputasi yang baik diharapkan memiliki informasi akuntansi yang transparan, mengurangi asimetri informasi, dan menyebarkan kepercayaan sosial bahwa perusahaan membayar pajak secara adil dan sesuai dengan peraturan. Oleh karena itu, peneliti menduga bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi penghindaran pajak dan *corporate reputation* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. atas dasar penjelasan diatas maka peneliti menyusun hipotesis penelitian: H1: Diduga bahwa ukuran perusahaan dan *corporate reputation* berpengaruh secara simultan terhadap penghindaran pajak.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak**

Ukuran Perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata – rata total penjualan dan rata – rata total aktiva (Puspita dan Febrianti, 2018 dalam Sari, 2023). Berdasarkan teori keagenan Perusahaan yang besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil, ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi kewajiban perpajakan dan merupakan faktor yang dapat menyebabkan terjadinya penghindaran pajak. Semakin besar ukuran Perusahaannya, maka transaksi yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin kompleks. Sehingga, hal tersebut memungkinkan perusahaan memanfaatkan celah – celah yang ada untuk melakukan praktik penghindaran pajak dalam setiap transaksinya. Perusahaan besar memiliki struktur yang lebih kompleks dan memiliki sumber daya manusia yang cukup baik salah satunya adalah manajer keuangan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik terkait dengan perpajakan. Jika dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan yang besar (*agent*) sangat mampu untuk melakukan penghindaran pajak dengan memberikan informasi yang asimetris kepada kantor pajak (*principal*). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Sulaeman, 2021) yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)" yang menunjukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut: H2: Diduga bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

### **Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap Penghindaran Pajak**

Penelitian yang dilakukan oleh (Lee et al., 2021) mengatakan bahwa reputasi perusahaan dianggap sebagai aset tidak berwujud yang mempengaruhi perilaku perpajakan dimasa depan.

Perusahaan dengan reputasi yang baik akan mempengaruhi bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh otoritas perpajakan dan masyarakat umum. Perusahaan dengan reputasi baik akan cenderung dianggap sebagai perusahaan yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, perusahaan dengan reputasi yang baik akan menjaga kualitas kinerja perusahaan yang ditampilkan ke masyarakat umum. Salah satunya adalah laporan keuangan perusahaan. Perusahaan akan menjaga transparansi laporan keuangan mereka untuk memberikan informasi keuangan dengan kualitas yang cukup tinggi. Kaitannya dengan penghindaran pajak, perusahaan dengan reputasi yang baik akan cenderung sangat berhati-hati dalam melakukan praktik penghindaran pajak. sehingga, perusahaan akan memotivasi perusahaan untuk menghindari penghindaran pajak untuk menjaga nama perusahaan agar tetap baik dimata investor, pemegang saham, dan masyarakat luas. Sejalan dengan teori sinyal, perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan melakukan pengungkapan informasi yang transparan, kinerja keuangan yang kuat, investasi dalam inovasi, praktik bisnis yang beretika, dan kepatuhan terhadap regulasi yang dapat memberikan sinyal positif yang meningkatkan reputasi perusahaan. Pada kondisi ini, perusahaan akan lebih berfikir jangka panjang dibandingkan jangka pendek untuk melakukan penghindaran pajak. Perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung tidak terlibat dalam praktik penghindaran pajak demi mempertahankan keuntungan dan citra positifnya. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurlaelly & Dewi, 2023) yang berjudul "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Governance, Environmental Social Governance, Environmental Uncertainty* dan *Corporate Reputation* Terhadap *Tax Avoidance*" yang menunjukkan bahwa *Corporate Reputation* berpengaruh terhadap aktivitas penghindaran pajak. Mendapatkan investor dan kepercayaan dari pihak luar lebih baik dan penting bagi perusahaan dimasa depan dibandingkan untuk melakukan penghindaran pajak yang memberikan keuntungan sesaat dan akan memberikan peluang pemeriksaan dikemudian hari dari kantor pajak. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut: H3: Diduga bahwa *corporate reputation* berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak dengan Narsisme Direktur Utama sebagai Moderasi**

Ukuran Perusahaan berhubungan dengan aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan mendapatkan perhatian yang lebih oleh pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak (Wardani & Puspitasari, 2022). Pemerintah memberikan perhatian yang lebih pada perusahaan dengan ukuran yang besar karena perusahaan yang besar memiliki banyak jenis transaksi dan memiliki kemungkinan akan menghasilkan laba yang cukup besar sehingga perusahaan menjadi sumber penghasilan pajak yang cukup besar bagi negara. Pemerintah ingin memungut pajak semaksimal mungkin untuk membiayai kebutuhan negara sedangkan perusahaan ingin membayar pajak seminimal mungkin karena bagi perusahaan pajak dapat mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk menghindari pajak yang besar sehingga perusahaan dapat memaksimalkan laba. Direktur utama suatu perusahaan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi akan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan salah satunya adalah keputusan untuk melakukan penghindaran pajak. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Direktur yang narsistik dapat mendorong terjadinya tindakan tidak etis di sebuah perusahaan. Tindakan tidak etis tersebut seperti melakukan manajemen laba untuk menghindari pengenaan pajak yang besar. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Campa et al., 2022) yang mengatakan bahwa Direktur yang narsis memiliki pengaruh yang positif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan uraian di atas dapat

dirumuskan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut: H4: Diduga bahwa Narsisme Direktur Utama dapat memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.

### **Pengaruh *Corporate Reputation* terhadap Penghindaran Pajak dengan Narsisme Direktur Utama sebagai Moderasi**

Menurut pendapat Walter dalam (Nurlaelly & Dewi, 2023), reputasi perusahaan masih dianggap sebagai salah satu *intangible asset* yang paling berharga dan nilainya diperkirakan akan semakin meningkat di masa mendatang. Reputasi perusahaan umumnya diperoleh melalui pengakuan atas kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan dianggap penting karena mampu memberikan peluang untuk meningkatkan penjualan dan menjalin kemitraan dengan bisnis lain menjadi lebih besar. Terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung antara kepercayaan diri direktur utama dengan penghindaran pajak. Pengaruh langsung terjadi jika direktur utama yang narsis mengharapkan keuntungan yang tinggi dari biaya yang rendah untuk mendapat peningkatan dalam laba bersih yang diharapkan dari penghindaran pajak (Wardani & Puspitasari, 2022). Keuntungan ini dapat mengurangi beban pajak dan akan membuat arus kas yang semula digunakan dalam pembayaran pajak dapat dialokasikan untuk aktivitas lainnya seperti investasi dan lainnya. Adapun pengaruh tidak langsung timbul jika direktur utama narsis menggunakan strategi non-pajak dalam upaya mengurangi beban pajak. Kegiatan investasi atau menanamkan modal atas laba yang diperoleh dianggap lebih menguntungkan dibandingkan jika perusahaan harus membayar pajak ke pemerintah. Namun, demi menjaga reputasi perusahaan, banyak direktur utama yang narsis tidak lagi memilih untuk menghindari pajak dan lebih memilih untuk memberikan transparasi informasi yang baik agar mendapatkan kepercayaan dari investor atau pemegang saham (Wardani & Susilowati, 2020). Perusahaan yang memberikan informasi yang transparan akan menambah nilai perusahaan karena investor, pemegang saham, pemerintah, dan masyarakat bahwa perusahaan sudah melaporkan laporan keuangan sesuai dengan kondisi nyata. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani dan Susilowati yang menyatakan bahwa jika perusahaan mempunyai transparasi informasi tinggi dapat membuat nilai perusahaan bertambah (Wardani & Susilowati, 2020). Argumen tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh McCredie dan Sadiq yang menyatakan bahwa mengenai investor atau pemegang saham memberikan nilai tambah terhadap tindakan *tax avoidance* saat perusahaan mempunyai transparasi informasi tinggi (McCredie & Sadiq, 2019). Hal ini dikarenakan mereka menganggap transparasi informasi bisa dijadikan sebagai alat yang dapat berguna untuk menurunkan efek negatif adanya perilaku perlawanan pajak. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut: H5: Diduga bahwa Narsisme Direktur Utama mampu memoderasi *Corporate Reputation* terhadap Penghindaran Pajak.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif (hubungan), karena penelitian ini bertujuan untuk menguji serta memberikan bukti empiris mengenai pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan *corporate reputation* terhadap variabel dependen yaitu penghindaran pajak dengan variabel moderasi yaitu narsisme direktur utama. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021). Menurut Sukidin dan Mundir, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang datanya berupa angka

atau non angka yang di angkakan (data kualitatif yang di kuantitatifkan), lalu diolah dengan rumus statistik tertentu, dan diinterpretasikan dalam rangka menguji hipotesis yang telah disiapkan lebih dahulu, serta lazim bertujuan mencari sebab akibat sesuatu. penelitian kuantitatif cenderung meneliti lebih dari satu variabel (Eriyanto, 2021). Lokasi penelitian ini dilakukan secara daring dengan cara mengunduh laporan tahunan perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 tahun 2019-2023 yang dipublikasikan pada website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta laporan tahunan yang dipublikasikan pada website resmi masing-masing perusahaan yang terdaftar. Untuk memperoleh data keuangan perusahaan secara lengkap terkait dengan data yang dibutuhkan pada penelitian ini menjadikan alasan dipilihnya lokasi tersebut, karena sebagian besar data yang diperlukan dalam penelitian ini terdapat pada Bursa Efek Indonesia dan website resmi perusahaan. Penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2024 sampai dengan bulan Juli 2025 yang sesuai dengan target penelitian selama 11 bulan.

Menurut Hendriyadi (2019:162) populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi penelitian yang dapat berbentuk negara, kota, benda, peristiwa, makhluk hidup yang dijadikan objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua sektor perusahaan yang termasuk ke dalam kelompok indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2023. Menurut Hendriyadi (2019:163) sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling method* dimana pengambilan sampel perusahaan berdasarkan kriteria sebagai berikut: Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan tidak *delisting* selama periode penelitian tahun 2019-2023. Perusahaan LQ45 yang laporan keuangannya mempunyai laba positif atau *profit* pada periode penelitian tahun 2019-2023. Perusahaan LQ45 yang menerbitkan laporan tahunan berturut-turut, yaitu selama periode tahun 2019-2023 dan dipublikasikan pada *website* resmi perusahaan dan [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) selama periode penelitian 2019-2023. Perusahaan LQ45 yang menyediakan laporan keuangan berisi informasi lengkap terkait semua variabel yang diteliti pada periode penelitian 2019-2023. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi, yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menganalisis informasi yang didokumentasikan dalam bentuk tulisan atau bentuk-bentuk lain. Teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan informasi basis data berupa laporan tahunan (*annual report*) setiap sampel pada setiap periode penelitian (2019, 2020, 2021, 2022, dan 2023). Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data berupa dokumen yang dikeluarkan oleh perusahaan yang diperoleh dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan *website* resmi perusahaan terkait.

Metode analisis dan uji hipotesis dimaksudkan untuk menguraikan langkah demi langkah dalam menganalisis data menggunakan metode tertentu yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian. Menurut (Sugiyono, 2021) terkait metode analisis data, antara lain: "Kegiatan dalam analisis data adalah kegiatan mengelompokkan data dan mentabulasi data berdasarkan variabel, menyajian data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan". Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan yaitu statistik inferensial mengenai uji hipotesis. Jenis statistik inferensial yang digunakan yaitu statistik inferensial parametrik. Penelitian ini digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel untuk menganalisis data rasio. Analisis data pada penelitian ini dibantu dengan program *Eviews*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Sektor indeks LQ 45 merupakan indeks pasar saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terdiri dari 45 perusahaan yang memiliki kondisi keuangan dan kinerja yang sangat baik serta reputasi dan kredibilitas yang tinggi. Hal tersebut mencerminkan bahwa perusahaan-perusahaan berada dalam kondisi prima secara fundamental dan pasar serta memiliki tingkat kepercayaan investor yang tinggi. Peneliti mengambil objek perusahaan sektor LQ 45 karena perusahaan yang masuk dalam indeks ini adalah perusahaan-perusahaan yang sangat besar dan menjadi favorit bagi para investor. Perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan besar cenderung melakukan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba bersih perusahaan. Sejalan dengan penjelasan sebelumnya, laba bersih perusahaan mampu menarik investor untuk melakukan investasi di perusahaan dengan alasan perusahaan memiliki indikator kinerja yang baik dan perusahaan mampu memberikan pengembalian investasi yang baik. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah lembaga yang menyediakan pasar untuk perdagangan saham dan instrumen keuangan lainnya di Indonesia. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda, tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tanggal 10 Agustus 1977 dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah, pada saat itu pemerintahan dipimpin oleh Presiden Soeharto. BEI dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Pada tanggal 13 Juli 1992, BEI resmi menjadi perusahaan swasta dan BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

Tujuan utama BEI adalah untuk menciptakan pasar modal yang efisien, adil, dan transparan. BEI memfasilitasi transaksi perdagangan saham untuk memberikan informasi pasar dan memastikan transparasi serta integritas pasar modal di Indonesia. Sehingga, BEI berperan dalam menjaga pasar dan melindungi investor melalui berbagai regulasi dan pengawasan. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan yang diakses melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta website profil perusahaan. Diperoleh 32 (tiga puluh dua) perusahaan sektor LQ 45 yang memenuhi kriteria sebagai populasi penelitian ini dengan periode waktu tahun 2019 sampai 2023. Sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 160 yang diperoleh dari total populasi dikali 5 tahun.

### Pembahasan

#### Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Reputation* Terhadap Penghindaran Pajak

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menduga bahwa ukuran perusahaan dan *corporate reputation* secara simultan berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (uji F), diperoleh nilai *Prob. (F-Statistics)* sebesar 0,000000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menggambarkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *corporate reputation* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak. Dengan demikian, hipotesis pertama H1 diterima,

yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan dan semakin baik reputasi perusahaan (*corporate reputation*), maka hal tersebut secara simultan dapat memengaruhi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Secara umum, ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar skala operasional dan tingkat kompleksitas organisasi di dalam perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan yang dikategorikan besar umumnya memiliki akses sumber daya profesional yang memadai, termasuk dalam pengelolaan kewajiban perpajakan perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan memiliki potensi untuk memengaruhi strategi perpajakan yang dijalankan. Sementara itu, *corporate reputation* mencerminkan pandangan atau persepsi eksternal mengenai kredibilitas dan integritas suatu perusahaan. Reputasi yang baik biasanya berkaitan dengan tingkat kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku termasuk peraturan perpajakan. Meskipun demikian, dalam konteks penghindaran pajak, *corporate reputation*, juga dapat berperan sebagai faktor pembatas karena perusahaan yang memiliki reputasi yang baik akan lebih memperhatikan kepatuhan fiskal untuk menghindari potensi risiko terhadap reputasi perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menduga bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan uji signifikansi parsial (uji statistik t), variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu  $0,0087 < 0,05$ . Selain itu, diketahui juga bahwa nilai t hitung ukuran perusahaan yaitu sebesar  $-0,190116$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak sehingga hipotesis H2 diterima. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil potensi perusahaan melakukan penghindaran pajak. Perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan yang besar pada umumnya menjadi sorotan publik termasuk pemerintah dan investor. Oleh karena itu, perusahaan besar akan menghindari penghindaran pajak untuk menjaga reputasi dan citra mereka. Perusahaan tidak ingin merusak citra mereka dengan melakukan penghindaran pajak karena akan menurunkan nilai pasar dan kepercayaan investor. Selain itu, perusahaan besar cenderung lebih besar dilakukan *audit* oleh otoritas pajak karena dianggap mampu memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan negara. Sehingga, dengan mempertimbangkan dan menghindari pajak kurang bayar dan denda yang akan datang, mereka akan memilih untuk mematuhi peraturan perpajakan dibandingkan melakukan penghindaran pajak. Teori agensi (*agency theory*) menjelaskan hubungan antara pihak *principal* dengan pihak *agent* yang dapat menimbulkan konflik kepentingan karena manajemen mengambil keputusan yang lebih menguntungkan pihak internal dibandingkan dengan kepentingan eksternal. Dalam perpajakan, strategi penghindaran pajak dapat menjadi salah satu bentuk tindakan oportunistik manajemen karena dapat menyembunyikan beberapa informasi keuangan yang menyebabkan minimnya pajak yang harus dibayar.

Perusahaan yang memiliki ukuran besar umumnya memiliki *good corporate governance* yang lebih kuat. Otoritas perpajakan, dewan komisaris, dan seluruh pihak eksternal mampu meningkatkan transparasi dan memberikan sedikit peluang bagi manajemen perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Manajemen perusahaan cenderung berhati-hati dan memilih untuk mematuhi aturan perpajakan yang berlaku. Lebih lanjut, hal tersebut akan mengurangi asimetri informasi yang disampaikan oleh manajemen perusahaan dengan pihak eksternal. Dengan demikian, hubungan negatif antara ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak sejalan dengan teori agensi. Semakin besar perusahaan maka semakin kuat pengawasan yang mampu membatasi perilaku oportunistik manajemen perusahaan. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitri & Pratiwi, 2021) yang

menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Namun, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sulaeman, 2021) dan (Anggraeni & Oktaviani, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Sehingga, dapat dibuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak.

### **Pengaruh *Corporate Reputation* Terhadap Penghindaran Pajak**

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menduga bahwa *corporate reputation* berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan uji signifikansi parsial (uji statistik t), variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu  $0,3769 > 0,05$ . Selain itu, diketahui juga bahwa nilai t hitung *corporate reputation* yaitu sebesar 0,009035. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak sehingga hipotesis H3 ditolak. Hal ini berarti bahwa *corporate reputation* yang diprosksikan dengan *book value per share* tidak memengaruhi tindakan penghindaran pajak perusahaan. *Signaling Theory* mengatakan bahwa perusahaan akan memberikan atau menyampaikan *signal* kepada pihak eksternal perusahaan untuk menunjukkan kondisi perusahaan yang baik agar menarik ketertarikan investor. Salah satu sinyal yang dianggap krusial bagi perusahaan adalah reputasi perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, cenderung akan menghindari praktik-praktik yang merugikan perusahaan seperti penghindaran pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini & Wahyudi, 2022), menjelaskan bahwa reputasi perusahaan memiliki hubungan yang negatif dengan penghindaran pajak. Perusahaan yang memiliki reputasi baik umumnya akan menghindari penghindaran pajak untuk menjaga kepercayaan pihak eksternal perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Anggraini & Wahyudi, 2022), hasil dari pengujian parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Reputasi perusahaan identik dengan persepsi publik dan media, dan tidak selalu mencerminkan kepatuhan aktual terhadap peraturan perpajakan. Umumnya citra yang baik atau reputasi perusahaan didapatkan perusahaan melalui kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). Sesuai penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati, 2024) yang menyatakan bahwa CSR yang efektif dalam dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial memiliki dampak positif yang signifikan terhadap reputasi perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak yang Dimoderasi oleh Narsisme Direktur Utama**

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menduga bahwa narsisme direktur utama mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Dapat dilihat berdasarkan uji MRA pada tabel 4.17, nilai probabilitas hasil perkalian antara variabel ukuran perusahaan dan narsisme direktur utama lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu ( $0,8880 > 0,05$ ), dapat diartikan bahwa H4 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa narsisme direktur utama yang diukur berdasarkan ukuran foto direktur utama pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa indikator visual narsisme, seperti ukuran, posisi, atau gaya foto direktur utama pada laporan tahunan tidak cukup mewakili karakter kepribadian narsistik yang berdampak langsung terhadap keputusan strategis seperti penghindaran pajak. Secara teoritis, kepribadian narsistik mampu memengaruhi pengambilan keputusan yang agresif. Namun, keputusan untuk melakukan

penghindaran pajak adalah keputusan yang sangat kompleks dan tidak dapat diidentifikasi hanya melalui ukuran foto yang bersifat simbolik. Pengambilan keputusan untuk melakukan penghindaran pajak pada perusahaan-perusahaan yang memiliki ukuran yang besar umumnya bersifat kolektif, melibatkan tim legal, keuangan, dan komite audit. Oleh karena itu, pengaruh individu (direktur utama) meskipun memiliki karakter narsistik tidak cukup kuat untuk memengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widijaya & Putra, 2025) bahwa narsisme direktur utama yang hanya diukur berdasarkan indikator visual tidak berhubungan dengan strategi penghindaran pajak yang diadopsi perusahaan. Temuan ini juga konsisten dengan (Kalbuana et al., 2023) yang menjelaskan bahwa CEO yang narsis bukanlah alat ukur yang efektif dalam mengidentifikasi atau memprediksi tingkat penghindaran pajak perusahaan. Ini menyiratkan bahwa variabel narsisme direktur utama tidak dapat dijadikan sebagai variabel moderasi dalam menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan praktik penghindaran pajak perusahaan.

### **Pengaruh *Corporate Reputation* Terhadap Penghindaran Pajak yang Dimoderasi oleh Narsisme Direktur Utama**

Berdasarkan uji MRA pada tabel 4.17, nilai probabilitas hasil perkalian antara variabel *corporate reputation* dan narsisme direktur utama lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu ( $0,9757 > 0,05$ ). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa narsisme direktur utama yang diukur berdasarkan foto yang ada di dalam laporan tahunan, tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate reputation* dengan penghindaran pajak. Artinya, narsisme direktur utama tidak mampu memoderasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap tindakan praktik penghindaran pajak. Hasil temuan ini bertentangan dengan hipotesis awal yang menduga bahwa narsisme direktur utama mampu memoderasi hubungan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak. Pengukuran narsisme direktur utama melalui foto di dalam *annual report* memiliki keterbatasan validitas. Foto formal umumnya dikurasi oleh perusahaan untuk tujuan citra perusahaan, sehingga tidak sepenuhnya merepresentasikan karakter narsistik direktur utama dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penghindaran pajak. Selain itu, *corporate reputation*, merupakan variabel yang sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal perusahaan. Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa variabel *corporate reputation* berdiri sebagai faktor institusional yang independen dan tidak dipengaruhi oleh psikologis direktur utama atau pimpinan perusahaan. Secara langsung *corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, serta narsisme direktur utama tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sugiono & Anggraeny, 2022) yang menyimpulkan bahwa narsisme direktur utama tidak dapat berperan dalam praktik penghindaran pajak. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rizqi & Sadewa, 2025) yang menyatakan bahwa karakter eksekutif tidak mampu memengaruhi kebijakan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Sementara itu, (Hidayat & Fadjarenie, 2025) menyebutkan bahwa narsisme direktur utama berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan sektor industri, negara, dan struktur tata kelola yang berlaku. Temuan ini mendukung teori *signaling theory* dimana reputasi perusahaan digunakan sebagai sinyal kuat kepada publik, sehingga perusahaan cenderung menjaga perilaku kepatuhan tanpa mempertimbangkan sifat kepribadian pemimpinnya.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak dengan narsisme direktur utama sebagai variabel

moderasi pada perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023. Dari penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Hasil pengujian statistik F (uji F) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *corporate reputation* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hasil pengujian statistik t, secara parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hasil pengujian statistik t, secara parsial menunjukkan bahwa *corporate reputation* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hasil pengujian Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa narsisme direktur utama tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Hasil pengujian Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa narsisme direktur utama tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate reputation* terhadap penghindaran pajak.

### Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang diharapkan dapat diperbaiki dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Populasi yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kerangka berpikir yang digunakan hanya menghubungkan variabel-variabel yang diperkirakan memiliki hubungan dengan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel moderasi, sehingga masih terdapat kemungkinan variabel-variabel lain yang belum masuk kerangka berpikir. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua faktor saja yaitu ukuran perusahaan dan *corporate reputation*. Sehingga, banyak variabel lain yang diabaikan dalam mempengaruhi penghindaran pajak.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, peneliti menyusun beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak yang terkait, adapun saran tersebut yaitu:

1. Bagi Perusahaan. Mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung menghindari tindakan penghindaran pajak, perusahaan kecil dan menengah sebaiknya mencontoh praktik tata kelola perusahaan yang diterapkan oleh perusahaan besar, seperti mencari sumber daya manusia yang mumpuni, peningkatan pengawasan internal, pelaporan keuangan yang akuntabel, pelaporan perpajakan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta melibatkan auditor independen untuk menjaga kepatuhan perpajakan.
2. Bagi Pemerintah (Instansi Perpajakan). Pemerintah dapat menggunakan rasio ukuran perusahaan sebagai indikator dalam mengawasi kepatuhan pajak. Perusahaan dengan total nilai aset yang besar dapat menjadi prioritas pengawasan. Selain itu, pemerintah juga dapat mempertimbangkan insentif bagi perusahaan yang aktif secara komersial dan patuh pajak.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam peran ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak, termasuk membandingkannya antar sektor. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak, seperti tata kelola perusahaan atau tingkat leverage untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku perpajakan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Tuswandi. (2022). Menilik Kembali: Kasus PT Adaro yang Diduga Terlibat Transfer Pricing dan Kaitannya dengan PSAK No.7. *Tribunsumbar*.
- Alam, M. H., & Fidiana. (2019). Pengaruh Manajemen Laba, Likuiditas, Leverage Dan Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. *Fidiana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Al-Shammari, M., Rasheed, A., & Al-Shammari, H. A. (2019). CEO narcissism and corporate social responsibility: does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of Business Research*, 104, 106–117.
- Anggraeni, T., & Oktaviani, R. M. (2021). Dampak thin capitalization, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap tindakan penghindaran pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2).
- Anggraini, P., & Wahyudi, I. (2022). Pengaruh reputasi perusahaan, environmental, social and governance dan kualitas audit terhadap tax avoidance. *JurnallilmiahAkuntansi Dan Keuangan*, 5. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Bapepam. (1997). Pedoman Mengenai Bentuk dan Isi Pernyataan pendaftaran Dalam Rangka Penawaran Umum Oleh Perusahaan Menengah atau Kecil.
- Campa, D., Ginesti, G., Allini, A., & Casciello, R. (2022). Chief financial officer co-option and tax avoidance in European listed firms. *Journal of Accounting and Public Policy*, 41(1), 106935.
- Candy, C., & Delfina, D. (2023). CEO Narcissism and CEO Overconfidence on Firm Performance: The Role of Capital Structure as Mediating Variable. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(2), 220–230. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i2.9767>
- Dalam, W. W. W., & Novriyanti, I. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 24–35.
- DJP. (n.d.). Laporan Kinerja DJP Tahun 2019-2023. Diakses July 31, 2025, dari <https://pajak.go.id/id/kinerjapage>
- Doho, S. Z., & Santoso, E. B. (2020). Pengaruh karakteristik ceo, komisaris independen, dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(2), 169–184.
- Febriana, A., & Pratiwi, A. P. (2023). Agresivitas Pajak: Manajemen Laba, Komisaris Independen, dan Intensitas Persediaan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(2), 424–437.
- Fitri, A., & Pratiwi, A. P. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance. 1(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SAKUNTALA>
- García-Meca, E., Ramón-Llorens, M.-C., & Martínez-Ferrero, J. (2021). Are narcissistic CEOs more tax aggressive? The moderating role of internal audit committees. *Journal of Business Research*, 129, 223–235.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2020). Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi E-Views 10 (2nd ed.). Undip.
- Habu, M. selfiana, & Darma, S. S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan,Nilai Perusahaan Sales Growht Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.
- Hamid, R. S., Bachri, S., Salju, & Ikbal, M. (2020). Panduan Praktis Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan E-Views 10 (2nd ed.) .
- Hidayat, A. M. T., & Fadjarenie, A. (2025). CEO Tenure, Narcissism, and Greed: Do They Influence Corporate Tax Avoidance?
- Kalbuana, N., Taqi, M., Uzliawati, L., & Ramdhani, D. (2023). CEO narcissism, corporate governance, financial distress, and company size on corporate tax avoidance. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2167550>

- Kurniasih, N., Fakultas Ekonomi, H., Bisnis, D., Unggul, E., Jalan, J., Utara Nomor, A., Jeruk, K., & Barat, J. (2020). Pengaruh Sales Growth, Leverage, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Vol. 1).
- Kusuma, A. S., & Maryono, M. (2022). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi, 6(2), 1888–1898.
- Lee, J., Kim, S., & Kim, E. (2021). Designation as the most admired firms to the sustainable management of taxes: Evidence from south korea. Sustainability, 13(14), 7994.
- Maulana, T. I., & Muchtar, P. P. S. A. (2018). Modul Metode Penelitian Akuntansi. STAN.
- McCredie, B., & Sadiq, K. (2019). CSR and tax: a study in the transition from an 'aggregate' to 'real entity' view of corporations. Pacific Accounting Review, 31(4), 553–573.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 569–576.
- N, M. R., & Rani, S. (2021). Pengaruh Narsisme Ceo Terhadap Kualitas Laba Dalam Laporan Keuangan Dengan Variabel Kontrol Size Dan Educ.
- Nurhasan, Y., Arslan, R., Saptanta, R., & Wibowo, M. E. A. (2023). Pengaruh Good Coorporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Penghindaran Pajak Terhadap Manajemen Laba (Vol. 3, Issue 1).
- Nurlaelly, H., & Dewi, R. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance, Environmental Social Governance, Environmental Uncertainty dan Corporate Reputation Terhadap Tax Avoidance. Jurnal Ilmiah Edunomika, 8(1).
- Prasetyo, A., & Wulandari, S. (2021). Capital Intensity, Leverage, Return on Asset, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. Jurnal Akuntansi, 134–147.
- Rachmawati, E. I. (2024). Analisis Dampak Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 4, 10429–10445.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2017). Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7(1).
- Rizqi, D. M., & Sadewa, P. (2025). Pengaruh Karakter Eksekutif, Transfer Pricing dan Sales Growth Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023).
- Rohman, A. M. A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Reputation, dan Customer Satisfaction Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 9(2).
- Rohyati, Y., & Suripto, S. (2021). Corporate social responsibility, good corporate governance, and management compensation against tax avoidance. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4(2), 2612–2625.
- Sari, D. P. (2022). Implementasi Teori Agensi, Efisiensi Pasar, Teori Sinyal dan Teori Kontrak Dalam Pelaporan Akuntansi PT Eskimo Wieraperdana.
- Sugiono, G. D., & Anggraeny, Y. (2022). Influence Of Ceo Over Confidence, Gender Diversity And Profitability On Corporate Tax Avoidance: Empirical Study On Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange. Journal of Applied Finance & Accounting, 9(2). <https://doi.org/10.21512/jafa.v9i2.9178>
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sulaeman, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). Syntax Idea, 3(2), 354–367.

- Tanjaya, C., & Nazir, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI TAHUN 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 189–208. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9260>
- Wardani, D. K., & Puspitasari, D. M. (2022). Ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak dengan umur perusahaan sebagai variabel moderasi. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 89–94.
- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Urgensi transparansi informasi dalam perlawanan pajak. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(1), 127–137.
- Widijaya, & Putra, D. P. (2025). Pengaruh Narsisme CEO, Ukuran Dewan (Komisaris), Direktur Perempuan, Kesulitan Keuangan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan. 8