

## PENGARUH *GREEN ACCOUNTING*, *MEDIA EXPOSURE* DAN *LEVERAGE* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Sinta Aprilia<sup>1</sup>

Lilis Lasmini<sup>2</sup>

Meliana Puspitasari<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Program Studi Akuntansi Universitas Buana Perjuangan Karawang

[ak21.sintaaprilia@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ak21.sintaaprilia@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[lilislasmini@ubpkarawang.ac.id](mailto:lilislasmini@ubpkarawang.ac.id)

[melianapuspitasari@ubpkarawang.ac.id](mailto:melianapuspitasari@ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of Green Accounting, Media Exposure, and Leverage on Tax Aggressiveness in Healthcare sector companies for the period 2019-2023. The research method used is quantitative with analysis techniques (PLS-SEM) using SmartPLS. This study uses secondary data sourced from the financial statements of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The results of the study indicate that Leverage has a positive and significant effect on Tax Aggressiveness, which means that the higher the leverage of a company, the more aggressive its tax strategy. Meanwhile, Green Accounting has a negative relationship with Tax Aggressiveness, but the effect is not significant, so it cannot be concluded that the implementation of Green Accounting actually suppresses tax aggressiveness. Media Exposure also does not show a significant effect on Tax Aggressiveness, which indicates that media attention does not necessarily affect the company's tax policy. The conclusion of this study is that leverage is the main factor in determining the company's tax aggressiveness, while Green Accounting and Media Exposure have not been proven to have a significant effect. Therefore, further research can explore other factors that have the potential to influence tax aggressiveness more comprehensively.*

**Keywords :** *Green Accounting, Media Exposure, Leverage, Tax Aggressiveness*

### PENDAHULUAN

Isu lingkungan dan keberlanjutan telah menjadi perhatian utama di tingkat global. Dalam konteks ini, akuntansi lingkungan atau *Green Accounting* muncul sebagai solusi untuk membantu perusahaan memitigasi dampak negatif terhadap lingkungan (Dinda Indri L.L et al., 2024). *Green Accounting* tidak hanya membantu mengatasi permasalahan lingkungan hidup, namun juga mendorong tercapainya pembangunan berkelanjutan. Konsep ini mulai berkembang di Eropa sejak tahun 1970an dan terus diadopsi di berbagai negara, termasuk Indonesia (Sihombing, 2023).

Kasus yang menjadi konteks dalam *green accounting* yaitu, Pada Februari 2022, ditemukan pencemaran

limbah obat-obatan di Sungai Citarum, Jawa Barat, dengan kadar parasetamol mencapai 1.630 ng/L. Studi dalam Prosiding Akademi Ilmu Pengetahuan Nasional mengonfirmasi temuan ini. Dinas Lingkungan Hidup Jawa Barat merespons dengan investigasi untuk mengidentifikasi sumber pencemaran dan memastikan pengelolaan limbah B3 sesuai ketentuan (Ramdhani et al., 2022).

Media exposure berfungsi sebagai pengawasan eksternal yang mendorong perusahaan menjaga citra dan akuntabilitas. Dalam sektor farmasi, sorotan media terhadap isu lingkungan dan pajak dapat memengaruhi reputasi serta kepercayaan publik, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan bisnis (Welfalin et al., 2024).

Kejadian yang menjadi salah satu contoh ialah, Pada November 2021, media, termasuk *Kompas*, menyoroti dugaan pembuangan limbah parasetamol oleh pabrik farmasi ke Teluk Jakarta. Temuan ini memicu kekhawatiran publik dan mendorong Pemprov DKI Jakarta menyegel saluran limbah perusahaan di Jakarta Utara. Sorotan media menekan perusahaan untuk memperbaiki pengelolaan limbah, meningkatkan transparansi, dan bertindak lebih etis guna menjaga reputasi serta kepercayaan masyarakat terhadap industri farmasi (Verarosdela, 2021).

Pengelolaan bisnis yang bertanggung jawab tidak hanya berkaitan dengan aspek lingkungan, tetapi juga dengan strategi keuangan yang diterapkan perusahaan. Salah satunya adalah *leverage*, yaitu penggunaan utang untuk meningkatkan potensi keuntungan atau menanggung risiko kerugian. Perusahaan yang menggunakan *leverage* harus mempertimbangkan beban bunga yang timbul dari pinjaman, karena hal ini dapat mempengaruhi stabilitas keuangan serta laba bersih yang diperoleh (Meldisthy et al., 2024).

Beberapa kasus menunjukkan bahwa perusahaan memanfaatkan utang untuk mengurangi kewajiban pajak. Misalnya, PT Coca Cola Indonesia diduga membengkakkan biaya, mengurangi laba kena pajak, dan menyebabkan kurangnya setoran pajak Rp 49,24 miliar. PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) juga diduga menggunakan pinjaman luar negeri untuk menekan laba yang dilaporkan dan mengurangi pajak terutang. Fenomena ini menegaskan bahwa *leverage* dapat menjadi alat perencanaan pajak agresif, yang berdampak pada penerimaan negara (Laurensia, 2022).

Terlepas dari faktor lingkungan, *Media Exposure*, dan tingkat *leverage*, praktik perpajakan perusahaan tetap menjadi perhatian utama. Di Indonesia, pajak berperan sebagai sumber pendapatan utama negara dan menjadi instrumen penting dalam mendukung pembangunan. Namun,

banyak perusahaan berupaya mengurangi kewajiban pajaknya dengan menerapkan strategi perpajakan agresif, yang dapat berupa penghindaran pajak secara legal maupun ilegal. Meskipun penghindaran pajak secara hukum masih diperbolehkan, praktik ini sering kali menimbulkan dilema etis yang dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan di mata publik (Rennath et al., 2023). Salah satu contohnya adalah Pada tahun 2017, PT Kalbe Farma Tbk mendapatkan SKPKB sebesar Rp 527,85 miliar akibat kurang bayar pajak penghasilan dan PPN untuk tahun fiskal 2016, yang mengindikasikan adanya indikasi penghindaran pajak (Syahreza, 2022).

Agresivitas pajak menjadi salah satu isu krusial dalam akuntansi perpajakan karena mencakup strategi perusahaan dalam mengurangi kewajiban pajak, sering kali melalui pendekatan perencanaan pajak yang memanfaatkan celah dalam regulasi. Faktor internal seperti penerapan green accounting serta pengawasan dari media berdampak secara nyata terhadap tingkat keagresifan pajak perusahaan dalam pengelolaan kewajiban pajak (Kusuma et al., 2023).

Dalam konteks penelitian ini, teori legitimasi menjadi relevan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan merespons tekanan sosial dan ekspektasi masyarakat terhadap praktik lingkungan dan perpajakan. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan perlu mempertahankan legitimasi sosialnya dengan menunjukkan kepatuhan terhadap norma-norma yang berlaku, termasuk pelaporan lingkungan melalui *Green Accounting* dan kepatuhan pajak. Ketika perusahaan terlibat dalam agresivitas pajak, legitimasi sosial mereka dapat terancam, terutama jika sorotan media memperkuat persepsi negatif terhadap perusahaan. (Wibowo et al., 2024)

Perbedaan studi ini dibandingkan dengan studi terdahulu Penelitian ini berfokus pada sektor healthcare, yang masih jarang menjadi objek studi dalam penelitian terkait

agresivitas pajak. Selain itu, berbeda dari penelitian sebelumnya yang meneliti Green Accounting, Media Exposure, dan Leverage secara terpisah, studi ini menggabungkan ketiga variabel dalam satu model untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan simultan antarvariabel tersebut. Dari segi metode analisis, penelitian ini juga berbeda dengan studi sebelumnya yang menggunakan SPSS sebagai alat uji statistik. Penelitian ini menerapkan Model Persamaan Struktural dengan pendekatan Partial Least Square (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak serta menawarkan dasar yang lebih kuat bagi perancangan kebijakan pajak di sektor healthcare.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak *green accounting* dan *Leverage* terhadap agresivitas pajak, dalam perusahaan Sektor *Healthcare*, serta mengevaluasi peran *media exposure* dalam memengaruhi perilaku perusahaan terkait strategi mengurangi kewajiban pajak. Di samping itu, studi ini juga dimaksudkan untuk menilai dampak simultan antara penerapan *green accounting*, *media exposure* dan *Leverage* terhadap agresivitas pajak. Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti bagi literatur akademik serta menawarkan rekomendasi strategis bagi regulator dan perusahaan dalam meningkatkan transparansi dan

kepatuhan pajak melalui pendekatan *green accounting* dan pengelolaan *media exposure*.

Perumusan Hipotesis

H1 : *Green Accounting* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

H2 : *Media Exposure* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas pajak

## METODE

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analitis, serta data sekunder dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mengungkapkan Biaya Lingkungan untuk menguji hubungan antar variabel dalam sektor Healthcare periode 2019–2023. Data laporan keuangan diperoleh dari laman resmi BEI dan portal perusahaan terkait. Dengan metode purposive sampling, diperoleh 35 sampel dari 34 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Teknik analisis mencakup pengujian outer untuk validitas, reliabilitas, serta hubungan antar variabel laten melalui PLS Algorithm, bootstrapping, dan interpretasi hasil.

Variabel independen yang digunakan yaitu *green accounting* (X1), *Media Exposure* (X2), *Leverage* (X3) sedangkan variabel dependennya *Agresivitas Pajak*. Indikator variabel dan pengukurannya terdapat dalam tabel 1

**Tabel 1**  
Pengukuran Variabel Penelitian

No.	Varabel	Pengukuran	Keterangan	Sumber Rujukan
1.	<i>Green Accounting</i>	Biaya Lingkungan	Total Biaya Lingkungan Laba Bersih Setelah Pajak	(Angin et al., 2023)
2.	<i>Media Exposure</i>	Frekuensi Pemberitaan	Jumlah Artikel pemberitaan pada tahun periode	(Fitrotul Muna, 2021).

3.	<i>Leverage</i>	DER	$\frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$	(Martin et al., 2022)
4.	Agresivitas Pajak	ETR	$\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	(Tyan et al., 2024)

**HASIL PENELITIAN**

**Analisis Statistik Deskriptif**

Pengujian Analisis statistik deskriptif dalam tabel 2 menyajikan representasi data menggunakan rata-rata serta simpangan baku, nilai terendah, serta nilai tertinggi. Hasil menunjukkan bahwa *Media Exposure* (X2) memiliki variasi tertinggi (*Mean* 3.427, *SD* 0.692), diikuti oleh *Leverage* (X3) (*Mean* 0.408, *SD* 0.262). Sementara itu, *Green Accounting* (X1) (*Mean* 0.048, *SD* 0.136) dan Agresivitas Pajak (Y) (*Mean* 0.244, *SD* 0.054) menunjukkan distribusi yang lebih terkonsentrasi. Secara keseluruhan, data terdistribusi dengan baik dengan variasi terbesar pada *Media Exposure* (X2).

**Uji Convergent Validity**

Pada gambar 1, hasil analisis *PLS-SEM* menunjukkan bahwa *Green Accounting* memiliki dampak negatif pada Agresivitas Pajak (-0.406), berarti makin besar penerapan *Green Accounting* berbanding terbalik dengan tingkat Agresivitas Pajak. *Media Exposure* memiliki pengaruh yang sangat kecil (-0.020), mengindikasikan bahwa variabel ini tidak memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan Agresivitas Pajak. Sebaliknya, *Leverage* berpengaruh positif (0.570), menunjukkan kenaikan *Leverage* diikuti oleh peningkatan Agresivitas Pajak. Koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0.331 mengindikasikan bahwa 33.1% variabilitas pada Agresivitas Pajak dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

**Uji R-Square**

Tabel 3 pengujian *R-Square* menentukan sejauh mana faktor independen dapat menjelaskan faktor dependen pada *PLS-SEM*, dengan interpretasi 0,25 (lemah), 0,50 (sedang),

dan 0,75 (kuat). Hasil menunjukkan bahwa *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan *Leverage* menjelaskan 33.1% variabilitas Agresivitas Pajak, sementara 66.9% dipengaruhi faktor lain. Nilai *R-Square Adjusted* 0.267 menunjukkan sedikit penyesuaian, tetapi tetap dalam kategori sedang, menandakan model cukup baik meskipun ada faktor eksternal yang belum dimasukkan.

**Uji Hipotesis**

Hasil pengujian pada tabel 4 menunjukkan bahwa *Green Accounting* memiliki koefisien negatif (-0.406) terhadap Agresivitas Pajak, mengindikasikan potensi penurunan agresivitas pajak. Namun, dengan p-value 0.074 (> 0.05), dampaknya tidak signifikan pada tingkat 5%, meskipun mendekati signifikansi 10%. Oleh karena itu, hipotesis **H1 tidak didukung secara statistik**.

*Media Exposure* memiliki koefisien kecil (-0.02) dengan p-value 0.894, jauh di atas ambang batas signifikansi 5%. Ini menunjukkan bahwa *Media Exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak, sehingga hipotesis **H2 tidak terbukti**.

*Leverage* memiliki koefisien positif (0.57) dengan p-value 0.001 (< 0.05), menunjukkan pengaruh signifikan. Artinya, semakin tinggi leverage, semakin agresif strategi perpajakan perusahaan, **mendukung hipotesis H3**.

**Uji Simultan (F)**

Berdasarkan hasil uji F yang tercantum dalam tabel 5, nilai F hitung mencapai 2.221 dengan *P-value* sebesar 0.033. Karena *P-value* lebih kecil dari 0.05, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen dalam model regresi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, model yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara variabel

independen dan dependen dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang dipakai layak untuk analisis lebih

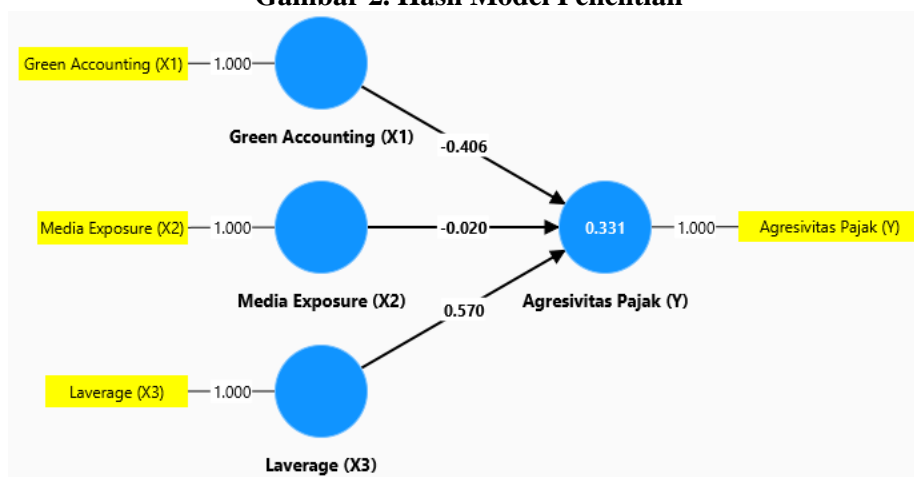
lanjut, seperti uji parsial guna menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif**

<i>Name</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Scale min</i>	<i>Scale max</i>	<i>Standard deviation</i>
<i>Green Accounting (X1)</i>	35	0.048	0.002	0.743	0.136
<i>Media Exposure (X2)</i>	35	3.427	2.079	4.489	0.692
<i>Leverage (X3)</i>	35	0.408	0.141	1.298	0.262
<i>Agresivitas Pajak (Y)</i>	35	0.244	0.123	0.381	0.054

Sumber : Data Sekunder Diolah (2025)

**Gambar 2. Hasil Model Penelitian**



Sumber : Data Sekunder Diolah (2025)

**Tabel 3. R-Square**

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Agresivitas Pajak (Y)</i>	0.331	0.267

Sumber : Data Sekunder Diolah (2025)

**Tabel 4. Uji P Values**

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P values</i>
<i>Green Accounting (X1) -&gt; Agresivitas Pajak (Y)</i>	-0.406	-0.411	0.227	1.787	0.074
<i>Leverage (X3) -&gt; Agresivitas Pajak (Y)</i>	0.57	0.577	0.177	3.226	0.001



<i>Media Exposure</i> (X2) -> Agresivitas Pajak (Y)	-0.02	-0.009	0.149	0.134	0.894
--	-------	--------	-------	-------	-------

Sumber : Data Sekunder Diolah (2025)

Tabel 4. Uji F

	Sum square	df	Mean square	F	P value
<b>Total</b>	1.148	39	0	0	0
<b>Error</b>	0.968	36	0.027	0	0
<b>Regression</b>	0.179	3	0.06	2.221	0.033

Sumber : Data Sekunder Diolah (2025)

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh *Green Accounting* terhadap Agresivitas Pajak**

Teori *legitimasi* menjelaskan bahwa perusahaan berupaya mempertahankan legitimasi melalui penyesuaian operasionalnya dengan norma dan harapan publik, Dalam akuntansi lingkungan, *Green Accounting* berperan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang meningkatkan legitimasi perusahaan melalui transparansi biaya lingkungan, yang dapat mengurangi agresivitas pajak (Al Bukhori et al., 2025).

Dalam studi ini, temuan mengindikasikan bahwa *Green Accounting* berhubungan negatif dengan agresivitas pajak (-0.406), tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini selaras dengan penelitian (Angin et al., 2023) yakni menunjukkan jika perusahaan sering kali menerapkan *Green Accounting* sebagai bentuk kepatuhan regulasi daripada komitmen nyata untuk meningkatkan transparansi pajak. Dengan demikian, meskipun *Green Accounting* dapat mendukung *legitimasi* perusahaan, dampaknya terhadap agresivitas pajak masih bergantung pada penerapan nyata dalam kebijakan perusahaan.

**Pengaruh *Media Exposure* terhadap Agresivitas Pajak**

*Media Exposure* merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi

*legitimasi* perusahaan. Menurut teori *legitimasi*, tekanan media dapat memaksa perusahaan untuk lebih transparan dalam operasionalnya, termasuk kebijakan perpajakan (Aryni et al., 2021).

Dalam penelitian ini, hasil menunjukkan jika *Media Exposure* memiliki pengaruh yang sangat kecil (-0.020) dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini sejalan dengan studi (Kusuma et al., 2023) yang menemukan bahwa pengaruh media terhadap kebijakan pajak bergantung pada tingkat sensitivitas perusahaan terhadap tekanan eksternal. Hal ini mungkin disebabkan oleh ketidakefektifan pemberitaan dalam menekan kebijakan perusahaan atau hanya berdampak pada perusahaan tertentu. Dengan demikian, meskipun secara teori media dapat menjadi alat kontrol eksternal, hasil ini menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap agresivitas pajak masih perlu diteliti lebih lanjut.

**Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak**

*Leverage* berkaitan menggunakan struktur pendanaan perusahaan dan sering kali digunakan sebagai strategi dalam perencanaan pajak. Berdasarkan teori *legitimasi*, perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi mungkin lebih rentan terhadap tekanan eksternal karena adanya kebutuhan untuk menjaga stabilitas

keuangan sekaligus mempertahankan legitimasi sosialnya (Simanungkalit et al., 2023).

Hasil penelitian ini *Leverage* memiliki pengaruh positif yang signifikan (0.570) terhadap agresivitas pajak. Studi oleh (Martin et al., 2022) mendukung temuan ini, di mana leverage berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak karena perusahaan memanfaatkan beban bunga sebagai pengurang kewajiban pajak. Mengimplikasikan bahwa semakin tinggi utang, semakin besar kecenderungan perusahaan guna menerapkan strategi pajak agresif. Untuk menjaga legitimasi, perusahaan dapat mengambil langkah strategis seperti meningkatkan transparansi melalui pengungkapan CSR atau menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi perpajakan guna mengurangi tekanan

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa *Leverage* memiliki pengaruh yang kuat serta bermakna terhadap kecenderungan agresif dalam strategi perpajakan, yang menunjukkan entitas bisnis yang memiliki tingkat *Leverage* meningkat memiliki kecenderungan lebih agresif dalam strategi perpajakannya guna mengurangi beban keuangan. Sebaliknya, *Green Accounting* memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan, mengindikasikan bahwa praktik akuntansi hijau belum cukup efektif dalam menekan agresivitas pajak. *Media Exposure* juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, menandakan bahwa sorotan media tidak secara langsung memengaruhi kebijakan perpajakan perusahaan. Berdasarkan nilai  $R^2$  yang mencapai 0.331, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut hanya menjelaskan 33.1% variasi dalam Agresivitas Pajak, sedangkan 66.9% bergantung pada

variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa *Leverage* merupakan faktor utama dalam menentukan agresivitas pajak, sementara efektivitas *Green Accounting* dan *Media Exposure* masih perlu dikaji lebih lanjut.

### Saran

Penelitian ini berfokus pada sektor *Healthcare*, sehingga studi selanjutnya dapat memperluas analisis ke sektor lain seperti manufaktur, perbankan, atau properti untuk melihat apakah pola agresivitas pajak tetap konsisten di berbagai industri. Selain itu, menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, atau tata kelola dapat meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi agresivitas pajak. Mengingat kebijakan perpajakan dan regulasi *Green Accounting* terus berkembang, penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi dampaknya terhadap strategi perpajakan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Bukhori, M., & Sisdiyanto, E. (2025). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan Dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, Vol.2, No.1(e-ISSN: 3046-7144; p-ISSN: 3046-7411), 132–141.
- Angin, J. B. P., Angin, P., Sai Maruli, R., & Ulyreke, J. S. (2023). Pengaruh *Green Accounting*, *Media Exposure* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agsesivitas Pajak. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7

- Nomor 6(e-ISSN : 2597-5234).
- Aryni, W., Ketut, G., Ulupui, A., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Eksposur Media, Kinerja PROPER dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Perpajakan Dan Auditing*, 2(1), 1–23. <http://pub.unj.ac.id/journal/index.php/japa>DOI:<http://doi.org/XX.XXXX/JurnalAkuntansi,Perpajakan,danAuditing/XX.X.XX>
- Dinda Indri L.L, Intan Sari, Riski Ilham Syah Saputra, Sonya Widia Sari, Rika Damai Yanti, & Ersi Sisdianto. (2024). Integrasi Akuntansi Lingkungan Untuk Kinerja Bisnis Dan Pertanggungjawaban Yang Komprehensif. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 244–254. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2360>
- Kusuma, G. C., Prastiwi, D. N., & Kristiyanti, L. (2023). Pengaruh Gender Diversity, Agresivitas Pajak, dan Green Accounting Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis*, 2(2), 358–368. <https://doi.org/10.53088/jikab.v2i2.49>
- Laurensia, D. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Thin Capitalization dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *JURNAL AKUNTANSI*, 22(2). [www.kompas.com](http://www.kompas.com),
- Martin, A., & Afa, S. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*.
- Meldisthy, F. F., Espa, V., & Ikhsan, S. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ekobistek*, 13(2), 54–61. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i2.783>
- Ramdhani, D., & Gabrillin, A. (2022, February 21). *Sungai Citarum Tercemar Limbah Obat-obatan, Ini Respons DLH Jabar*. Kompas.Com.
- Rennath, B. E., & Trisnawati, D. E. (2023). *Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Pengungkapan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak*.
- Simanungkalit, G. E. A. D., Budiarso, N. S., & Korompis, C. (2023). Pengaruh leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak (Studi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek



- Indonesia tahun 2019-2022). *Riset Akuntansi Dan Portofolio Investasi*, 1(2), 64–76.  
<https://doi.org/10.58784/rapi.55>
- Syahreza, F. (2022). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Kimia dan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020*.
- TITIN RISMAULY SIHOMBING. (2023). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Tata Kelola Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.
- Tyan, T. Y., Wijaya, A. L., & Amah, N. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Green Accounting dan Green Innovation Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022. *SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI* 6.
- Verarosdela, R. N. (2021, November 9). *Pabrik Farmasi Diduga Buang Limbah Parasetamol ke Teluk Jakarta* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul *Pabrik Farmasi Diduga Buang Limbah Parasetamol ke Teluk Jakarta*. Kompas.Com.
- Welfalin Shirlene Tannia, Umyana, A., & Febriana Dosinta, N. (2024). Pengaruh Media Exposure Terhadap Corporate Sustainability Performance Pada Perusahaan Komoditas Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi*, 3(6).
- Wibowo, R., Yudni Linggarsari, D., & Artikel, S. (2024). Dampak Ukuran Perusahaan, Kepemilikan, dan Karakteristik CEO Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021). *JURNAL BISNIS MAHASISWA*.  
<https://doi.org/10.60036/jbm.v4i3.art14>