
GOOD CORPORATE IMAGE, GOOD TAXPAYER? AN INVESTIGATION OF THE IMPACT OF CORPORATE REPUTATION ON TAX COMPLIANCE BEHAVIOR

Deviana Wahyu Purwiyanti¹, Herry Laksito²

^{1, 2}Universitas Diponegoro

¹devianawp98@gmail.com, ²heraksi0605@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the effect of corporate reputation on taxpayer compliance, with company size as a moderating variable. Using the Moderated Regression Analysis (MRA) method, this study focuses on companies named as recipients of the Most Tax-Friendly Corporate Country Contributor Award in 2020. These companies were selected for their reputation for good tax compliance. This study covers the period from 2020 to 2024, with the aim of exploring how corporate reputation affects tax compliance, as well as how company size can strengthen this influence. The results show that corporate reputation has a positive and significant influence on taxpayer compliance. Furthermore, company size is proven to strengthen the relationship between reputation and tax compliance. These findings provide new insights for tax policy and company managers to pay more attention to company reputation and size in an effort to improve tax compliance.*

Keywords: *Company Reputation; Company Size; Tax Compliance*

Pendahuluan

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang memegang peranan strategis dalam pembangunan nasional. Dalam struktur penerimaan pajak Indonesia, kontribusi dari sektor korporasi atau badan usaha sangat signifikan, khususnya dari pajak penghasilan badan (PPh Badan) dan pajak pertambahan nilai (PPN). Menjadi sumber utama penerimaan negara tidak menjadikan tingkat kepatuhan pajak dari wajib pajak serta merta menjadi tinggi. Hingga saat ini Indonesia masih menghadapi tantangan serius terkait kepatuhan wajib pajak, tercermin dari *tax ratio* yang relatif rendah dan masih banyaknya praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) oleh perusahaan besar.

Tax ratio menunjukkan tingkat kontribusi penerimaan pajak terhadap produk domestik bruto (PDB) suatu negara dalam suatu periode waktu tertentu. Dengan kata lain, *tax ratio* menggambarkan seberapa besar pajak yang berhasil dikumpulkan pemerintah dibandingkan dengan total nilai ekonomi (PDB) yang dihasilkan oleh suatu negara. *Tax ratio* suatu negara berfungsi untuk mengukur efektivitas perpajakan, dengan interpretasi bahwa semakin tinggi *tax ratio* maka semakin efektif pula

pemerintah dalam mengumpulkan pajak dari aktivitas ekonomi. *Tax ratio* juga dapat digunakan untuk menilai kemandirian fiskal, sebab negara dengan *tax ratio* tinggi umumnya lebih mandiri dalam pembiayaan pembangunan negara. Selain itu, *tax ratio* juga berguna untuk membandingkan kinerja perpajakan antarnegara atau antarwaktu, serta untuk mengidentifikasi potensi pajak yang belum tergali.

Tabel 1. Tax Ratio Indonesia 2018-2024

No.	Tahun	Tax Ratio
1.	2018	10,24%
2.	2019	9,76%
3.	2020	8,33%
4.	2021	9,11%
5.	2022	10,38%
6.	2023	10,31%
7.	2024	10,08%

Sumber: ¹

Dengan melihat tabel nilai *tax ratio* Indonesia, dapat diketahui bahwa *tax ratio* masih menjadi salah satu tantangan terbesar bagi bangsa Indonesia. Sejak tahun 2018 hingga tahun 2024, nilai *tax ratio* masih berfluktuasi dan masih berkisar di angka 10%. Kondisi tersebut tentu menjadi pengingat bagi pemerintah untuk dapat meningkatkan dan menjaga nilai *tax ratio*nya. Ada banyak faktor yang dapat

menunjukkan%2C tax,tahun 2025%2C outlooknya diperkirakan hanya mencapai 10>.

¹ MUC Consulting, 'Tax Ratio Bakal Turun Lagi Di 2025? Ini Kata DJP', *MUC Consulting*, 2025 <[https://muc.co.id/id/article/tax-ratio-bakal-turun-lagi-di-2025-ini-kata-djp#:~:text=Data dari Kementerian Keuangan \(Kemenkeu](https://muc.co.id/id/article/tax-ratio-bakal-turun-lagi-di-2025-ini-kata-djp#:~:text=Data dari Kementerian Keuangan (Kemenkeu)

memengaruhi nilai *tax ratio* suatu negara, salah satunya ialah tingkat kepatuhan wajib pajak negaranya ². Sampai saat ini pemerintah masih terus berupaya untuk meningkatkan nilai kepatuhan wajib pajak melalui berbagai mekanisme yang dapat memudahkan wajib pajak ³.

Di tengah tekanan untuk meningkatkan kepatuhan pajak, muncul perhatian terhadap peran faktor-faktor non-finansial dalam mendorong perilaku taat pajak. Salah satunya adalah reputasi perusahaan. Dalam dunia bisnis modern, reputasi bukan lagi sekadar aset tak berwujud, melainkan faktor strategis yang memengaruhi hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, pemerintah, dan masyarakat luas ⁴. Perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menjaga kepatuhan hukum demi mempertahankan citra positifnya di mata publik. Reputasi

perusahaan mencerminkan persepsi publik terhadap integritas, tanggung jawab sosial, tata kelola yang baik, serta kepatuhan perusahaan terhadap hukum dan regulasi yang berlaku, termasuk regulasi perpajakan.

Reputasi perusahaan, yang sering dianggap sebagai aset tak berwujud, memainkan peran krusial dalam membentuk perilaku perusahaan dan persepsi publik. Reputasi berfungsi untuk membedakan perusahaan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta keunggulan kompetitif, sebagaimana dibuktikan oleh studi-studi sebelumnya ⁵. Perusahaan yang memiliki reputasi baik umumnya lebih cenderung menjaga citra positif di mata publik dan otoritas, salah satunya dengan menunjukkan perilaku patuh terhadap kewajiban pajak. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan akan berupaya menyesuaikan tindakannya agar selaras dengan norma dan harapan masyarakat guna mempertahankan legitimasi sosial. Dalam praktiknya,

² Novita Eksanti Rahayu and Citra Mulya Sari, 'THE EFFECT OF TAX RATE , TAX AWARENESS AND PENALTIES ON TAX PAYER COMPLIANCE AT SMEs IN REJOTANGAN TULUNGAGUNG', *Balance: Journal of Islamic Accounting*, 2.2 (2021), pp. 114–27, doi:10.21274/balance.v1i01.5415.

³ Yuni Kristanti and Lantip Susilowati, 'THE EFFECT OF TAXPAYER INCOME , TAXATION SOCIALIZATION , TAXATION SANCTIONS AND AWARENESS OF TAXPAYER OBJECTIVES TO THE COMPLIANCE OF EARTH', *Balance: Journal of Islamic Accounting*, 1.1 (2020), pp. 35–51, doi:10.21274/balance.v1i01.3152.

⁴ Cheng Cai, Lianjie Zhou, and Dongshuang Liu, 'Dynamic Relationship between Tax Reputation, Digital Transformation, and Corporate Tax Compliance in Financial Markets', *International Review of Financial Analysis*, 104.PA (2025), p. 104258, doi:10.1016/j.irfa.2025.104258.

⁵ Lee, and Jungbae Roh, 'Revisiting Corporate Reputation and Firm Performance Link', *Benchmarking: An International Journal*, 19.4 (2012), pp. 649–64, doi:https://doi.org/10.1108/14635771211258061

perusahaan bereputasi tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang dapat merusak citra mereka, seperti melakukan penghindaran pajak secara agresif.

Sebaliknya, perusahaan dengan reputasi rendah mungkin tidak terlalu memperhatikan aspek kepatuhan sebagai bagian dari strategi reputasional, dan lebih fokus pada efisiensi biaya, termasuk dalam konteks pengelolaan beban pajak. Dalam konteks kepatuhan pajak, reputasi dapat mendorong atau menghambat kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Perusahaan dengan reputasi yang kuat mungkin lebih cenderung patuh pajak untuk mempertahankan citra publik yang positif. Sebaliknya, perusahaan dengan reputasi yang kurang baik mungkin terlibat dalam strategi pajak yang agresif, karena menganggap biaya reputasi minimal ⁶.

Literatur terbaru menunjukkan bahwa meskipun reputasi perusahaan dapat memengaruhi kinerja keuangan secara signifikan, hasilnya seringkali bergantung pada karakteristik perusahaan, seperti ukuran ⁷. Di sisi lain, ukuran perusahaan menghadirkan

lapisan kompleksitas lain, yang berpotensi memoderasi hubungan antara reputasi dan kepatuhan pajak. Perusahaan yang lebih besar, karena visibilitas dan sumber dayanya, mungkin menghadapi pengawasan yang lebih ketat sehingga dapat menyelaraskan praktik perpajakan mereka secara lebih ketat dengan persyaratan hukum untuk melindungi citra mereka. Namun, perusahaan yang lebih kecil mungkin memanfaatkan visibilitas mereka yang lebih rendah untuk terlibat dalam praktik perpajakan yang kurang patuh tanpa merusak reputasi mereka secara signifikan ⁸.

Penelitian ini bertujuan untuk membedah dinamika ini, menawarkan wawasan yang tidak hanya berkontribusi pada wacana akademis tentang tata kelola perusahaan dan kepatuhan pajak, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan. Dengan mengintegrasikan ukuran perusahaan ke dalam analisis, studi ini berupaya memahami bagaimana berbagai perusahaan menavigasi *trade-off* antara memanfaatkan reputasi untuk keuntungan bisnis dan mematuhi peraturan perpajakan dengan cara yang

⁶ Inga Hardeck and Rebecca Hertl, 'Consumer Reactions to Corporate Tax Strategies: Effects on Corporate Reputation and Purchasing Behavior', *Journal of Business Ethics*, 123.2 (2013), pp. 309–26, doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-013-1843-7>.

⁷ Lee, and Jungbae Roh, 'Revisiting Corporate Reputation and Firm Performance Link', *Benchmarking: An International Journal*, 19.4 (2012), pp. 649–64,

doi:<https://doi.org/10.1108/14635771211258061>

⁸ Riaqa Mubeen and others, 'The Relationship Between CEO Duality and Business Firms' Performance: The Moderating Role of Firm Size and Corporate Social Responsibility', *Frontiers in Psychology*, 12 (2021), doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.669715>.

selaras dengan ukuran dan tujuan strategis mereka.

Karena kepatuhan pajak terus menjadi perhatian utama, terutama dengan meningkatnya kewajiban pajak setelah krisis ekonomi⁹, memahami hubungan ini menjadi sangat penting. Pengetahuan ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi kepatuhan yang lebih bernuansa yang menyeimbangkan manajemen reputasi dengan keharusan finansial, yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan dan badan pengatur.

Penelitian ini akan memfokuskan pengamatan pada Perusahaan yang telah dinobatkan sebagai *The Most Tax Friendly Corporate Country Contributor Award* di tahun 2020. Penghargaan ini diselenggarakan oleh Tempo Data and Analyst Center bekerja sama dengan Centre for Indonesia Taxation Analysis (CITA) pada 9 Desember 2020. Penelitian akan diperluas mencakup tahun 2020 hingga tahun 2024. Perusahaan yang dipilih merupakan perwakilan untuk setiap sektor industri yang ada di Indonesia. Sektor yang dimaksud adalah sektor pertanian, sektor keuangan, sektor aneka industri, sektor industri dasar dan kimia, sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi; sektor properti, real estate, dan konstruksi bangunan; sektor industri barang konsumsi; sektor pertambangan;

serta sektor perdagangan, servis dan investasi.

Kajian Pustaka

Teori Kepatuhan Pajak

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) merupakan teori yang menjelaskan kondisi taat terhadap perintah atau aturan yang ditetapkan. Menurut¹⁰ kepatuhan mengenai perpajakan merupakan tanggung jawab sebagai wajib pajak untuk memenuhi semua kegiatan kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku yang didasarkan pada kesadaran seorang wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya dengan tetap berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Kesadaran itu sendiri merupakan bagian dari motivasi intrinsik yaitu motivasi yang datangnya dalam diri individu itu sendiri dan motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang datangnya dari luar individu, seperti dorongan dari aparat pajak untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan.

Menurut¹¹ mendefinisikan konsep kepatuhan pajak sebagai wujud kesediaan individu atau perusahaan yang bersedia melaksanakan kewajiban pajaknya sesuai ketentuan hukum dan sistem administrasi perpajakan tanpa

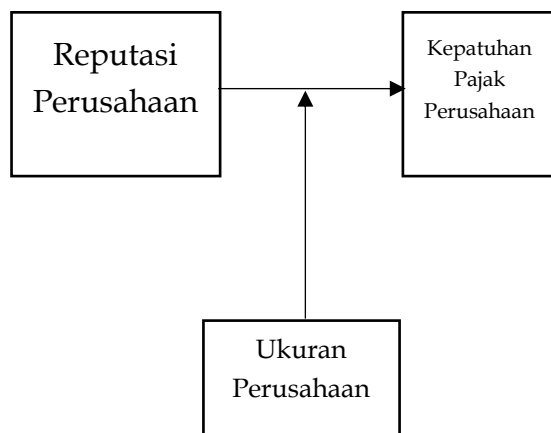
⁹ Hana Paleka and Vanja Vitezić, 'Tax Compliance Challenge through Taxpayers' Typology', *Economies*, 11.9 (2023), p. 219, doi:<https://doi.org/10.3390/economies1109021>

¹⁰ A Tahar and A.K Rachman, 'Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak', *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 15.1 (2014).

¹¹ S James and C Alley, 'Tax Compliance, Self Assessment and Tax Administration', *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2.2 (2002), pp. 27-42.

adanya tindakan penegakan hukum. Sedangkan kepatuhan wajib pajak menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara.



H1: Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan persepsi kolektif dari pemangku kepentingan terhadap integritas, etika, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks tata kelola perusahaan yang baik (*Good*

Corporate Governance), reputasi menjadi salah satu aset tak berwujud yang penting untuk menjaga kepercayaan publik, meningkatkan loyalitas konsumen, dan mengurangi risiko regulasi¹². Kepatuhan pajak, di sisi lain, mencerminkan sejauh mana perusahaan melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tingkat kepatuhan pajak yang tinggi menunjukkan kesediaan perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan nasional dan menghindari praktik penghindaran atau penggelapan pajak.

Reputasi yang baik memberikan insentif bagi perusahaan untuk menghindari risiko reputasi negatif, seperti pemberitaan media negatif atau sanksi pemerintah akibat ketidakpatuhan pajak¹³. Oleh karena itu perusahaan dengan reputasi baik cenderung memiliki sistem internal yang lebih kuat untuk memastikan kepatuhan pajak¹⁴. Reputasi yang positif mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan, yang pada gilirannya memperkuat kepatuhan pajak. Perusahaan yang ingin mempertahankan atau meningkatkan reputasinya cenderung menghindari

¹² Xin Wang and others, 'Does Tax-Aggressive Behavior Motivate More CSR Engagement?', *Economics & Politics*, 37.2 (2025), pp. 669–84, doi:<https://doi.org.proxy.undip.ac.id/10.1111/ecpo.12333>.

¹³ Hao Chen and others, 'Does Societal Trust Matter for Corporate Tax Behaviors', *Applied Economics*, 2025, pp. 1–14,

doi:<https://doi.org/10.1080/00036846.2024.2449206>.

¹⁴ Suyon Kim, 'Investment of Human Resources in Internal Control Systems and Designation as the Most Admired Firms: A Corporate Governance Perspective', *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9.3 (2025), pp. 697–707, doi:10.55214/25768484.v9i3.5284.

praktik agresif dalam pengelolaan pajak.

H2: Ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh reputasi perusahaan terhadap tingkat kepatuhan pajak perusahaan

Dalam literatur perpajakan dan tata kelola perusahaan, reputasi perusahaan telah banyak dikaitkan dengan kepatuhan terhadap kewajiban fiskal. Pengaruh tersebut dapat berbeda kekuatannya tergantung pada karakteristik perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan sumber daya, kompleksitas operasional, eksposur publik, dan tingkat pengawasan dari pihak eksternal¹⁵. Perusahaan besar biasanya lebih rentan terhadap pengawasan publik, pengawasan pemerintah, dan perhatian media, sehingga mereka

memiliki insentif lebih tinggi untuk mempertahankan reputasi dan menaati kewajiban perpajakan¹⁶.

Ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara reputasi dan kepatuhan pajak melalui mekanisme pengawasan eksternal lebih intensif. Perusahaan besar cenderung lebih diawasi oleh regulator, analis pasar, dan public¹⁷. Ini membuat mereka lebih sadar akan dampak reputasi terhadap nilai perusahaan. Dari sisi ketersediaan sumber daya, perusahaan besar memiliki sumber daya yang cukup untuk mengelola kepatuhan perpajakan secara profesional, sekaligus mempertahankan reputasi yang baik¹⁸. Selain itu, adanya ekspektasi sosial yang lebih tinggi dimana masyarakat dan pemerintah cenderung memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kontribusi pajak dari perusahaan besar¹⁹.

¹⁵ Pierre Bachas, Roberto N. Fattal Jaef, and Anders Jensen, 'Size-Dependent Tax Enforcement and Compliance: Global Evidence and Aggregate Implications', *Journal of Development Economics*, 140 (2019), pp. 203–22, doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2019.05.001>.

¹⁶ Amanpreet Kaur and Balwinder Singh, 'Does Firm's Size Speak of Its Reputation? Indian Evidence', *Global Business Review*, 22.4 (2019), pp. 1038–53, doi:<https://doi.org/10.1177/0972150918817394>.

¹⁷ Benjamin Pfister and Manfred Schwaiger, 'Assessing the Impact of Corporate Reputation on Firms' Cost of Debt: An Empirical Study of German DAX 30 Companies', in *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment* (Developments in Marketing Science:

Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham, 2016), doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-19428-8_15.

¹⁸ Cheng Cai, Lianjie Zhou, and Dongshuang Liu, 'Dynamic Relationship between Tax Reputation, Digital Transformation, and Corporate Tax Compliance in Financial Markets', *International Review of Financial Analysis*, 104.PA (2025), p. 104258, doi:[10.1016/j.irfa.2025.104258](https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104258).

¹⁹ Pfister, Benjamin, and Manfred Schwaiger, 'Assessing the Impact of Corporate Reputation on Firms' Cost of Debt: An Empirical Study of German DAX 30 Companies', in *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment*

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel penelitian, yaitu variabel dependen, variabel independen dan juga variabel moderasi. Variabel moderasi adalah variabel yang memengaruhi arah atau kekuatan hubungan antara variabel independent dan variabel dependen. Artinya, variabel moderasi tidak secara langsung memengaruhi variabel dependen, tetapi mengubah efek yang ditimbulkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk melihat efek

yang timbul berdasarkan kerangka pemikiran.

Data atau populasi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 9 perusahaan pemenang *The Most Tax Friendly Corporate Country Contributor Award* di tahun 2020. Perusahaan tersebut antara lain PT Astra Agro Lestari Tbk, PT Barito Pacific Tbk, PT H.M. Sampoerna Tbk, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, PT Adaro Energy Tbk, PT Astra International Tbk, PT Waskita Karya (Persero) Tbk, PT United Tractors Tbk.

Tabel 2. Pengukuran Variabel Penelitian

No.	Variabel	Pengukuran	Bobot
1.	Reputasi Perusahaan	CTTOR (Corporate Tax Turn Over Ratio) $\frac{\text{Pajak Penghasilan}}{\text{Omset}}$	55%
		ETR (Effective Tax Ratio) $\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	45%
2.	Kepatuhan Pajak Perusahaan	(Income Tax Expense – Deferred Income Tax Expense)/Total Profit	100%
3.	Ukuran Perusahaan	Ln (Total Assets of the Company)	100%

Hasil dan Pembahasan

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Reputation	45	-0,94	0,484	0,201	0,094
Company Size	45	9,805	15,385	13,279	1,874
Corporate Tax Compliance	45	0,003	23,281	1,161	3,680
Valid N (listwise)					

Sumber: Hasil Output SPSS, 2025

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai terendah untuk variabel reputasi Perusahaan ialah -0,94 dan nilai tertinggi 0,484. Reputasi Perusahaan memiliki nilai rata-rata 0,201 dengan standar deviasi sebesar 0,094. Variabel kedua berupa ukuran Perusahaan memiliki nilai terendah 9,805 dan nilai tertinggi

15,385. Rata-rata untuk variabel ukuran Perusahaan sebesar 13,279 dengan standar deviasi 1,874. Variabel dependen berupa kepatuhan pajak memiliki nilai terendah 0,003 dan nilai tertinggi 23,281. Variabel kepatuhan pajak Perusahaan memiliki nilai rata-rata 1,161 dengan standar deviasi 3,680.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Sebelum Memasukkan Variabel Moderasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.326		3.020653

Sumber: Hasil Output SPSS, 2025

Tabel 4 menunjukkan seberapa besar pengaruh dari reputasi perusahaan terhadap kepatuhan pajak Perusahaan. Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai R square pada penelitian ini sebesar 0,342 atau 34,2%. Nilai tersebut

mengindikasikan bahwa kepatuhan pajak Perusahaan dapat diungkapkan oleh variabel reputasi Perusahaan sebesar 34,2% dan 65,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar variabel yang diajukan pada penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Setelah Memasukkan Variabel Moderasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.496	2.611871

Sumber: Hasil Output SPSS, 2025

Berdasarkan pada tabel 5 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pengaruh antara sebelum menambahkan variabel moderasi dan setelah menambahkan variabel moderasi. Sebelum adanya variabel moderasi nilai pengaruh reputasi Perusahaan terhadap kepatuhan pajak perusahaan adalah sebesar 34,2% dan setelah

menambahkan variabel moderasi nilai pengaruh naik menjadi 51,9%. Berdasarkan hasil pengujian terlihat adanya peningkatan pengaruh sebesar 17,7% atau dengan kata lain adanya variabel moderasi ini memperkuat pengaruh antara reputasi Perusahaan dengan Tingkat kepatuhan pajak Perusahaan.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	Sig	
Reputasi Perusahaan	59,987	0,000	Diterima
Reputasi Perusahaan*Ukuran Perusahaan	3,557	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Output SPSS, 2025

Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap tingkat kepatuhan pajak Perusahaan

Reputasi perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak perusahaan melalui beberapa mekanisme yang saling terkait. Perusahaan dengan reputasi baik cenderung memperhatikan aspek etika dalam setiap operasional mereka, termasuk dalam kepatuhan terhadap

kewajiban perpajakan. Perusahaan merasa terikat untuk memenuhi kewajiban hukum dan sosial, yang mencakup kewajiban membayar pajak secara tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku²⁰. Hal ini membantu menjaga citra perusahaan di mata publik, pemangku kepentingan, dan otoritas pajak. Lebih lanjut, perusahaan yang memiliki reputasi baik seringkali memiliki hubungan yang

²⁰ John R. Graham and others, 'Incentives for Tax Planning and Avoidance: Evidence from

the Field', *Accounting Review*, 89.3 (2014), pp. 991-1023, doi:10.2308/accr-50678.

lebih kuat dan lebih terbuka dengan regulator dan pihak pemerintah²¹. Kepatuhan terhadap peraturan pajak menjadi bagian dari strategi perusahaan untuk menjaga hubungan yang sudah terjalin, yang pada gilirannya dapat mencegah potensi masalah hukum atau audit yang merugikan.

Perusahaan dengan reputasi yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam memenuhi kewajiban pajak mereka untuk menghindari risiko hukum, denda, atau sanksi lainnya²². Pada kondisi ini, perusahaan menyadari bahwa masalah terkait pajak dapat merusak reputasi perusahaan, sehingga manajemen perusahaan akan memastikan untuk selalu memenuhi kewajiban perpajakan secara lengkap dan tepat waktu. Di sisi lain, pihak-pihak seperti konsumen, investor, dan mitra bisnis cenderung lebih memilih untuk berhubungan dengan perusahaan yang memiliki reputasi baik²³. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha

menjaga reputasi ini dengan cara memastikan bahwa mereka mematuhi semua kewajiban perpajakan. Kepatuhan pajak juga menunjukkan kepada pihak eksternal bahwa perusahaan beroperasi secara transparan dan legal, yang meningkatkan kepercayaan dan hubungan bisnis²⁴.

Perusahaan yang menganggap bahwa reputasi merupakan sebuah hal penting sering kali menerapkan standar tinggi dalam berbagai aspek operasional, termasuk kepatuhan terhadap pajak. Kondisi tersebut dapat menciptakan budaya internal yang mendukung kepatuhan pada peraturan dan para karyawan serta manajer akan lebih termotivasi untuk mematuhi kewajiban perpajakan sebagai bagian dari upaya menjaga dan memperkuat reputasi Perusahaan²⁵. Melihat lebih jauh lagi, masalah reputasi perusahaan dapat membantu manajemen dalam pengelolaan perusahaan. Reputasi yang

²¹ Maarten A. Siglé and others, 'The Cooperative Approach to Corporate Tax Compliance: An Empirical Assessment', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 46 (2022), doi:<https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2022.100447>.

²² Siglé, Maarten A., Sjoerd Goslinga, Roland F. Speklé, and Lisette E.C.J.M. van der Hel D, 'The Cooperative Approach to Corporate Tax Compliance: An Empirical Assessment', *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 46 (2022), doi:<https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2022.100447>.

²³ Tresno Eka Jaya and others, 'Direct and Indirect Influence of Corporate Governance on Aggressive Tax Avoidance and Participation in the Tax Amnesty Program', *Journal of*

Governance and Regulation, 14.1 Special Issue (2025), pp. 433–41, doi:[10.22495/jgrv14i1siart19](https://doi.org/10.22495/jgrv14i1siart19).

²⁴ Cai Yun Chen, Saidatul Nurul Hidayah Jannatun Naim Nor-Ahmad, and Raja Haslinda binti Raja Mohd. Ali, 'The Effect of CG on Tax Avoidance: The Moderating Role of Company Size', *Multidisciplinary Science Journal*, 7.8 (2025), p. 2025415, doi:<https://doi.org/10.31893/multiscience.2025415>.

²⁵ Jaya, Tresno Eka, Moh Wahyudin Zarkasyi, Poppy Sofia Koeswayo, and Poltak Maruli John Liberty, 'Direct and Indirect Influence of Corporate Governance on Aggressive Tax Avoidance and Participation in the Tax Amnesty Program', *Journal of Governance and Regulation*, 14.1 Special Issue (2025), pp. 433–41, doi:[10.22495/jgrv14i1siart19](https://doi.org/10.22495/jgrv14i1siart19).

baik dapat menarik investor dan pemegang saham yang mendukung strategi jangka panjang dan tata kelola yang baik ²⁶. Investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki reputasi positif dalam hal kepatuhan hukum, termasuk pajak, karena mereka menganggapnya sebagai tanda dari manajemen yang baik dan risiko yang lebih rendah.

Moderating Effect Ukuran Perusahaan Pada Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap tingkat kepatuhan pajak Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap tingkat kepatuhan pajak perusahaan melalui beberapa mekanisme yang berbeda. Perusahaan besar cenderung mendapat sorotan lebih dari publik, media, dan otoritas pajak. Kondisi tersebut mendorong perusahaan besar yang memiliki reputasi baik untuk lebih termotivasi menjaga kepatuhan pajak demi mempertahankan citra dan menghindari kerusakan reputasi. Studi menunjukkan bahwa perusahaan dengan pertimbangan reputasi yang cukup tinggi melaporkan tingkat pajak

efektif yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang kurang memperhatikan reputasi mereka ²⁷. Hasil penelitian tersebut dapat dimaknai bahwa perusahaan besar umumnya memiliki sumber daya yang cukup untuk mematuhi peraturan perpajakan, menyewa konsultan pajak, dan membangun sistem kepatuhan internal. Lebih lanjut lagi, perusahaan besar seringkali sudah memiliki sistem tata kelola yang lebih mapan, sehingga reputasi yang baik lebih selaras dengan praktik kepatuhan, termasuk dalam bidang perpajakan.

Perusahaan dengan skala besar cenderung lebih diawasi dan memiliki lebih banyak pemangku kepentingan, yang dapat meningkatkan tekanan untuk mematuhi pajak. Penelitian yang ada menunjukkan bahwa perusahaan besar lebih rentan terhadap penghindaran pajak, tetapi struktur tata kelola yang kuat seperti dewan yang independen dapat mengurangi kecenderungan ini ²⁸. Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap tingkat kepatuhan pajak melalui berbagai mekanisme, termasuk pengawasan yang lebih ketat, struktur tata kelola

²⁶ Jaya, Tresno Eka, Moh Wahyudin Zarkasyi, Poppy Sofia Koeswayo, and Poltak Maruli John Liberty, 'Direct and Indirect Influence of Corporate Governance on Aggressive Tax Avoidance and Participation in the Tax Amnesty Program', *Journal of Governance and Regulation*, 14.1 Special Issue (2025), pp. 433–41, doi:10.22495/jgrv14i1siart19.

²⁷ Vincent Compagnie and Wouter Torsin, 'Reputational Costs as a Tax Avoidance Deterrent in Small to Medium Enterprises',

Journal of Accounting, Finance and Business Studies, 2024, doi:<https://doi-org.proxy.undip.ac.id/10.1111/abac.12347>.

²⁸ Cai Yun Chen, Saidatul Nurul Hidayah Jannatun Naim Nor-Ahmad, and Raja Haslinda binti Raja Mohd. Ali, 'The Effect of CG on Tax Avoidance: The Moderating Role of Company Size', *Multidisciplinary Science Journal*, 7.8 (2025), p. 2025415, doi:<https://10.31893/multiscience.2025415>.

yang kuat, dan transformasi digital. Perusahaan besar cenderung lebih diawasi dan memiliki lebih banyak pemangku kepentingan, yang meningkatkan tekanan untuk mematuhi pajak, sementara untuk perusahaan dengan skala yang lebih kecil mungkin memiliki tekanan yang lebih rendah tetapi tetap dipengaruhi oleh reputasi dalam keputusan penghindaran pajak²⁹.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa reputasi perusahaan berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Semakin baik reputasi yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, semakin besar kemungkinannya untuk mematuhi kewajiban pajak dengan baik dan tepat waktu. Selain itu, ukuran perusahaan juga terbukti memperkuat pengaruh reputasi terhadap kepatuhan pajak. Perusahaan yang lebih besar, dengan reputasi yang baik, cenderung lebih konsisten dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil ini menunjukkan bahwa reputasi perusahaan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak, tetapi juga semakin kuat apabila didukung oleh ukuran perusahaan yang lebih besar. Temuan ini memberikan pemahaman baru tentang bagaimana faktor-faktor internal perusahaan, seperti reputasi dan ukuran, bisa saling mendukung untuk mendorong kepatuhan pajak yang lebih tinggi. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan

bagi kebijakan perpajakan yang ingin meningkatkan kepatuhan pajak dengan mengedepankan pentingnya reputasi dan kapasitas perusahaan.

References

- Bachas, Pierre, Roberto N. Fattal Jaef, and Anders Jensen, 'Size-Dependent Tax Enforcement and Compliance: Global Evidence and Aggregate Implications', *Journal of Development Economics*, 140 (2019), pp. 203–22, doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2019.05.001>
- Cai, Cheng, Lianjie Zhou, and Dongshuang Liu, 'Dynamic Relationship between Tax Reputation, Digital Transformation, and Corporate Tax Compliance in Financial Markets', *International Review of Financial Analysis*, 104.PA (2025), p. 104258, doi:[10.1016/j.irfa.2025.104258](https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104258)
- Chen, Cai Yun, Saidatul Nurul Hidayah Jannatun Naim Nor-Ahmad, and Raja Haslinda binti Raja Mohd. Ali, 'The Effect of CG on Tax Avoidance: The Moderating Role of Company Size', *Multidisciplinary Science Journal*, 7.8 (2025), p. 2025415, doi:<https://doi.org/10.31893/multiscience.2025415>
- Chen, Hao, Yijun Meng, Xueping Ning, and Yuntian Xia, 'Does Societal Trust Matter for Corporate Tax Behaviors', *Applied Economics*, 2025, pp. 1–14, doi:<https://doi.org/10.1080/00036846.2024.2449206>
- Compagnie, Vincent, and Wouter Torsin, 'Reputational Costs as a Tax Avoidance Deterrent in Small to Medium Enterprises', *Journal of Accounting, Finance and Business Studies*, 2024, doi:<https://doi.org.proxy.undip.ac.id/10.1111/abac.12347>
- Markets', *International Review of Financial Analysis*, 104.PA (2025), p. 104258, doi:[10.1016/j.irfa.2025.104258](https://doi.org/10.1016/j.irfa.2025.104258).

²⁹ Cheng Cai, Lianjie Zhou, and Dongshuang Liu, 'Dynamic Relationship between Tax Reputation, Digital Transformation, and Corporate Tax Compliance in Financial

- Graham, John R., Michelle Hanlon, Terry Shevlin, and Nemit Shroff, 'Incentives for Tax Planning and Avoidance: Evidence from the Field', *Accounting Review*, 89.3 (2014), pp. 991–1023, doi:10.2308/accr-50678
- Hardeck, Inga, and Rebecca Hertl, 'Consumer Reactions to Corporate Tax Strategies: Effects on Corporate Reputation and Purchasing Behavior', *Journal of Business Ethics*, 123.2 (2013), pp. 309–26, doi:https://doi.org/10.1007/s10551-013-1843-7
- James, S, and C Alley, 'Tax Compliance, Self Assessment and Tax Administration', *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2.2 (2002), pp. 27–42
- Jaya, Tresno Eka, Moh Wahyudin Zarkasyi, Poppy Sofia Koeswayo, and Poltak Maruli John Liberty, 'Direct and Indirect Influence of Corporate Governance on Aggressive Tax Avoidance and Participation in the Tax Amnesty Program', *Journal of Governance and Regulation*, 14.1 Special Issue (2025), pp. 433–41, doi:10.22495/jgrv14i1siart19
- Kaur, Amanpreet, and Balwinder Singh, 'Does Firm's Size Speak of Its Reputation? Indian Evidence', *Global Business Review*, 22.4 (2019), pp. 1038–53, doi:https://doi.org/10.1177/0972150918817394
- Kim, Suyon, 'Investment of Human Resources in Internal Control Systems and Designation as the Most Admired Firms: A Corporate Governance Perspective', *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9.3 (2025), pp. 697–707, doi:10.55214/25768484.v9i3.5284
- Kristanti, Yuni, and Lantip Susilowati, 'THE EFFECT OF TAXPAYER INCOME , TAXATION SOCIALIZATION , TAXATION SANCTIONS AND AWARENESS OF TAXPAYER OBJECTIVES TO THE COMPLIANCE OF EARTH', *Balance: Journal of Islamic Accounting*, 1.1 (2020), pp. 35–51, doi:10.21274/balance.v1i1.3152
- Lee, and Jungbae Roh, 'Revisiting Corporate Reputation and Firm Performance Link', *Benchmarking: An International Journal*, 19.4 (2012), pp. 649–64, doi:https://doi.org/10.1108/14635771211258061
- Mubeen, Riaqa, Dongping Han, Jaffar Abbas, Susana Álvarez-Otero, and Muhammad Safdar Sial, 'The Relationship Between CEO Duality and Business Firms' Performance: The Moderating Role of Firm Size and Corporate Social Responsibility', *Frontiers in Psychology*, 12 (2021), doi:https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.669715
- MUC Consulting, 'Tax Ratio Bakal Turun Lagi Di 2025? Ini Kata DJP', *MUC Consulting*, 2025
<https://muc.co.id/id/article/tax-ratio-bakal-turun-lagi-di-2025-ini-kata-djp#:~:text=Data dari Kementerian Keuangan (Kemenkeu) menunjukkan%2C tax,tahun 2025%2C outlooknya diperkirakan hanya mencapai 10>
- Paleka, Hana, and Vanja Vitezić, 'Tax Compliance Challenge through Taxpayers' Typology', *Economies*, 11.9 (2023), p. 219, doi:https://doi.org/10.3390/economies11090219
- Pfister, Benjamin, and Manfred Schwaiger, 'Assessing the Impact of Corporate Reputation on Firms' Cost of Debt: An Empirical Study of German DAX 30 Companies', in *Marketing Challenges in a Turbulent Business Environment* (Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham, 2016), doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-19428-8_15
- Rahayu, Novita Eksanti, and Citra Mulya Sari, 'THE EFFECT OF TAX RATE ,

TAX AWARENESS AND PENALTIES
ON TAX PAYER COMPLIANCE AT
SMEs IN REJOTANGAN
TULUNGAGUNG', *Balance: Journal of
Islamic Accounting*, 2.2 (2021), pp. 114–27,
doi:10.21274/balance.v1i01.5415

Siglé, Maarten A., Sjoerd Goslinga, Roland
F. Speklé, and Lisette E.C.J.M. van der Hel
D, 'The Cooperative Approach to Corporate
Tax Compliance: An Empirical
Assessment', *Journal of International
Accounting, Auditing and Taxation*, 46
(2022),
doi:<https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2022.100447>

Tahar, A, and A.K Rachman, 'Pengaruh
Faktor Internal Dan Faktor Eksternal
Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak', *Jurnal
Akuntansi Dan Investasi*, 15.1 (2014)

Wang, Xin, Kam Fong Chan, Millicent
Chang, Yuan George Shan, and Joey W.
Yang, 'Does Tax-Aggressive Behavior
Motivate More CSR Engagement?',
Economics & Politics, 37.2 (2025), pp.
669–84, doi:[https://doi-
org.proxy.undip.ac.id/10.1111/ecpo.12333](https://doi-org.proxy.undip.ac.id/10.1111/ecpo.12333)