

Pengaruh Ukuran Perusahaan, CSR, Capital Intensity dan Inventory Intensity terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur

Aryandhita Kinanti Putri^{1*}, Natali Yustisia²

¹Program Studi Akuntansi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

²Program Studi Akuntansi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

* E-mail korespondensi : aryandhita.kinanti63@perbanas.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, corporate social responsibility, capital intensity dan inventory intensity terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif, yang melibatkan analisis regresi data panel untuk menguji hubungan antarvariabel menggunakan software Eviews versi 13. Populasi penelitian ini mencakup 30 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Teknik purposive sampling diterapkan untuk menentukan sampel yang memenuhi kriteria penelitian. Proses analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen, yaitu ukuran perusahaan, CSR, capital intensity, dan inventory intensity, terhadap variabel dependen berupa agresivitas pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan model efek tetap, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan, capital intensity memiliki pengaruh signifikan negatif, sementara inventory intensity memiliki pengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengelolaan pajak perusahaan di Indonesia.



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

I. PENDAHULUAN

Data yang dikutip dari Nasional Kontan (2022) menyatakan bahwa jika dilihat dari sektor lapangan usaha, sumber penerimaan pajak terbanyak berasal dari sektor manufaktur yaitu mencapai 29,4 persen dari total penerimaan pajak. Sedangkan dalam sub sektor manufaktur, industri makanan dan minuman menyumbang 37,77 persen atau lebih dari sepertiga PDB industri pengolahan non migas (Kementerian Perindustrian, 2022). Oleh karena itu penerimaan pajak dalam sub sektor makanan dan minuman ini sangat penting dan merupakan hal yang krusial yang harus diperhatikan. Faktanya masih banyak Wajib Pajak yang melakukan kecurangan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya baik itu secara legal, tidak legal, maupun keduanya. Salah satu alasan kecurangan tersebut menurut Nugraha dan Meiranto (2015) adalah sistem perpajakan yang diterapkan di Indonesia berbentuk *Self Assessment System*, dimana penerapan dari sistem ini memberi wewenang, kepercayaan dan tanggung jawab kepada Wajib Pajak untuk menghitung, membayar, serta melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. Jadi semua kendali mengenai penghitungan, pembayaran, dan pelaporan ada di Wajib Pajak, yang memicu Wajib Pajak dalam melakukan penghindaran pajak secara agresif. Agresivitas pajak yang dijelaskan dalam penelitian Ambarsari et al. (2019) adalah tindakan untuk memanipulasi pendapatan kena pajak yang bersifat legal dengan bertujuan untuk meminimalkan beban pajak. Agresivitas pajak tidak selalu berawal dari ketidakpatuhan terhadap peraturan perpajakan, namun juga berawal dari penghematan pajak yang dilakukan sesuai dengan aturan perpajakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Meiranto (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki keterkaitan dengan sorotan investor, sehingga perusahaan perlu bekerja keras untuk mengoptimalkan labanya. Adapun *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan sekitar, dan sudah seharusnya perusahaan juga taat dalam membayar pajak. Perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap CSR dan reputasi yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menjalankan strategi pajak agresif, karena mereka tidak ingin merusak citranya di mata pemangku kepentingan. Yuliana dan Wahyudi (2018) di dalam penelitiannya mengenai *capital intensity* dan *inventory intensity* mengemukakan bahwa *Capital Intensity* berkaitan dengan aktivitas perusahaan dalam melakukan investasi aset tetap, yang sering dimanfaatkan oleh manajer untuk melakukan agresivitas pajak. Adapun *Inventory Intensity* berkaitan dengan aktivitas perusahaan dalam mengakui biaya tambahan yang timbul akibat adanya investasi perusahaan pada persediaan, sehingga menyebabkan penurunan laba yang berakibat pada penurunan pembayaran pajak. Dengan demikian tindakan tersebut dapat dianggap tindakan yang agresif karena dapat menurunkan penghasilan kena pajak.

II. KAJIAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori keagenan sebagai teori utama (*grand theory*) dan teori agresivitas pajak sebagai teori pendukung (*supporting theory*). Kedua teori tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain, karena hubungan keagenan seringkali menciptakan konflik keagenan yang timbul akibat perbedaan tujuan dan insentif antara kedua pihak, yang berpotensi memengaruhi perilaku agresif dalam perencanaan pajak.

2.1. Teori Keagenan

Penggunaan teori keagenan (*agency theory*) dipilih sebagai dasar pengembangan konsep dalam penelitian ini. Relevansi teori keagenan dengan penelitian ini terletak pada potensi terjadinya asimetri informasi antara pemilik perusahaan dan manajemen. Dimana prinsipal memiliki ekspektasi untuk memaksimalkan keuntungan, sementara manajemen cenderung untuk mengurangi kewajiban pajak sebagai bagian dari strategi pengelolaan keuangan. Sejalan dengan temuan Setyawan et al., (2022) asimetri informasi tersebut akan menghasilkan potensi konflik keagenan, dimana tujuan prinsipal dan agen tidak sejalan. Konflik ini muncul karena manajemen memiliki insentif untuk merancang strategi agresivitas pajak demi mengoptimalkan laba bersih, dan pada gilirannya meningkatkan insentif pribadi. Di sisi lain, prinsipal cenderung menginginkan stabilitas jangka panjang dalam nilai perusahaan dan berusaha menghindari risiko hukum serta reputasi yang dapat muncul dari praktik agresivitas pajak yang berlebihan.

2.2. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai strategi legal yang direncanakan oleh perusahaan atau individu dengan tujuan mengurangi jumlah penghasilan yang dikenakan pajak (Septiawan et al., 2021: 4). Sementara Firmansyah dan Estutik (2021: 16) menjelaskan bahwa agresivitas pajak merupakan tindakan agresif dalam merespons kewajiban perpajakan kepada pemerintah dengan melakukan perencanaan untuk mengurangi besaran pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Pengukuran agresivitas pajak dapat dilakukan melalui proksi *Effective Tax Ratio* (ETR), yang menggambarkan persentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak yang diperoleh perusahaan. Nilai ETR yang rendah menunjukkan adanya agresivitas pajak (Putra et al., 2022: 72). Adapun formula penghitungan ETR sebagai berikut:

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

Keterangan:

Beban pajak : Jumlah pembayaran pajak pada tahun berjalan
Laba sebelum pajak : Jumlah laba sebelum pembayaran pajak

2.3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan representasi besar kecilnya suatu perusahaan, semakin besar ukuran suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas produksi yang besar dan profitabilitas yang meningkat (Wati, 2019: 31). Adapun Setyawan et al., (2022: 23) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas visibilitasnya sehingga akan lebih termotivasi untuk melakukan penghindaran pajak. Ukuran perusahaan merupakan sebuah metrik yang mencerminkan seberapa besar kepemilikan aset total yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Metrik ini dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut (Firmansyah et al., 2021: 44):

$$\text{Size} = \ln (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

Total aset : Jumlah keseluruhan nilai dari semua aset yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode

\ln : Logaritma natural

2.4. *Corporate Social Responsibility*

Firmansyah dan Estutik (2021: 20) menyatakan bahwa CSR dapat diartikan sebagai pengungkapan informasi terkait kegiatan perusahaan yang berdampak pada masyarakat secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial juga memiliki dampak signifikan terhadap kelangsungan ekonomi perusahaan. Pengukuran CSR mengacu pada *GRI Standart 2021* (Labetubun et al., 2022: 161). Standar GRI telah menjadi acuan utama dalam praktik terbaik secara global untuk konteks pelaporan keberlanjutan kepada publik. Pelaporan keberlanjutan ini mencakup evaluasi terhadap kontribusi positif maupun negatif yang dilakukan oleh suatu organisasi terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan (Firmansyah et al., 2021: 42). Adapun formula yang digunakan untuk mengukur CSR sebagai berikut (Labetubun et al., 2022: 162):

$$\text{CSRI} = \sum \frac{X_i}{n_i}$$

Keterangan:

X_i : Jumlah pengungkapan

n_i : Jumlah indikator GRI

2.5. *Capital Intensity*

Pada hakikatnya, perhitungan agresivitas pajak tentu harus mempertimbangkan struktur modal perusahaan. Anwar (2019: 27) menjelaskan bahwa modal adalah pengalokasian dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Struktur modal pada dasarnya terkait dengan cara perusahaan mendanai dirinya, yang mencakup sumber pendanaan permanen seperti utang jangka panjang dan ekuitas (Sumiati dan Indrawati, 2019: 177). Menurut Anwar (2019: 28), tujuan pengelolaan modal yaitu untuk menghasilkan laba optimal yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. *Capital intensity* adalah sebuah metrik yang memberikan gambaran tentang seberapa besar investasi yang telah dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam bentuk aset tetap, dalam konteks keseluruhan aset yang dimilikinya. Adapun formula pengukuran untuk menghitung *capital intensity* sebagai berikut (Firmansyah et al., 2021: 45):

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

Total aset tetap : Jumlah nilai total dari semua aset yang bersifat tetap

Total aset : Jumlah nilai dari semua aset yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode

2.6. *Inventory Intensity*

Sumiati dan Indrawati (2019: 237) menyatakan bahwa persediaan didefinisikan sebagai bagian dari modal kerja dengan tingkat likuiditas yang lebih rendah dibandingkan dengan piutang, sehingga keberlanjutan dan efisiensi pengelolaannya menjadi suatu keharusan. Oleh karena itu, pengelolaan persediaan dalam perusahaan dilakukan guna menjaga keseimbangan antara kebutuhan operasional perusahaan dan pemeliharaan tingkat likuiditas yang optimal. *Inventory intensity* adalah sebuah indikator yang mengukur sejauh mana sebuah perusahaan mengalokasikan asetnya dalam bentuk persediaan. Pengukuran ini memberikan gambaran tentang proporsi dari total aset perusahaan yang diinvestasikan dalam persediaan. Persediaan merujuk pada barang-barang yang disimpan oleh perusahaan untuk tujuan produksi atau penjualan di masa depan. Formula matematis untuk menghitung *inventory intensity* sebagai berikut (Firmansyah et al., 2021: 45):

$$\text{Inventory Intensity} = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

Total persediaan : Jumlah nilai dari semua persediaan yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode

Total aset : Jumlah nilai dari semua aset yang dimiliki oleh perusahaan pada suatu periode

III. METODE

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan bentuk asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menentukan bagaimana hubungan antar variabel (Sugiyono, 2019: 37). Variabel yang digunakan terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu agresivitas pajak (Y). Sedangkan variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen, yaitu ukuran perusahaan (X_1), *corporate social responsibility* (X_2), *capital intensity* (X_3) dan *inventory intensity* (X_4).

3.2. Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu 30 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 sampai dengan 2023 yang selalu listing dan aktif menerbitkan laporan keuangan yang diaudit selama tahun 2019 – 2023, serta mengungkapkan data yang diperlukan secara lengkap selama periode penelitian tersebut. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dimana penulis menentukan objek perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian yang dijadikan sampel.

Berikut adalah proses seleksi sampel yang dipaparkan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1 Proses Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang selalu <i>listing</i> di BEI selama periode penelitian	30
2	Perusahaan yang laporan keuangan auditannya tidak lengkap periode 2019 - 2023	(6)
3	Perusahaan yang tidak mengungkapkan data yang diperlukan dalam penelitian	(5)
4	Sampel perusahaan (n)	19
5	Sampel perusahaan x periode penelitian (n x 5 tahun)	95

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka sampel perusahaan sebanyak 19 perusahaan yang namanya ada di dalam tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sampel

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
2	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
3	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
4	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ
5	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
7	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
8	PT Mulia Boga Raya Tbk	KEJU
9	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
10	PT Siantar Top Tbk	STTP
11	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
12	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
13	PT Sentra Food Indonesia Tbk	FOOD
14	PT Diamond Food Indonesia Tbk	DMND
15	PT FKS Food Sejahtera Tbk	AISA
16	PT Era Mandiricemerlang Tbk	IKAN
17	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
18	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
19	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2024)

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016: 88), jenis data kuantitatif merupakan data yang berkenaan dengan jumlah atau angka. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang didokumentasikan dan diterbitkan oleh suatu organisasi (Kurniawan dan Puspitaningtyas,

2016: 78). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data dari Bursa Efek Indonesia yang diperoleh dari website IDX dalam bentuk laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2019 hingga 2023.

3.4. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik dokumentasi atau studi kepustakaan. Hartini dan Roosarjani (2019: 292) menguraikan bahwa teknik dokumentasi merupakan pengumpulan data dan informasi yang didapatkan melalui pencarian dan penemuan bukti penelitian terdahulu. Dokumentasi dilakukan melalui pengkajian buku, jurnal, laporan keuangan perusahaan yang didapatkan dari website IDX masing-masing perusahaan sampel selama periode 2019 sampai 2023. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software Eviews* versi 13 dengan analisis regresi data panel. Analisis regresi data panel adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang terdiri dari observasi dari berbagai unit waktu dan unit individu (misalnya, perusahaan, negara, atau rumah tangga) (Nani, 2022: 34).

IV. HASIL DAN DISKUSI

4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mendukung hasil penelitian, hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel 4.1:

Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Date: 06/30/24

Time: 10:39

Sample: 2019 2023

	ETR	SIZE	CSRI	CAP_INT	INV_INT
Mean	0.234232	14.80725	0.588854	0.369792	0.148130
Median	0.221244	14.43070	0.676471	0.334175	0.141833
Maximum	0.863180	19.04441	0.882353	0.803655	0.399163
Minimum	-0.457787	10.83946	0.000000	0.120119	0.017855
Std. Dev.	0.169504	1.838883	0.236891	0.177050	0.081233
Skewness	0.582915	0.432015	-0.812621	0.622371	0.554127
Kurtosis	9.571286	3.280906	2.704429	2.542408	2.684540
Jarque-Bera	176.3080	3.267427	10.80140	6.961805	5.255641
Probability	0.000000	0.195203	0.004513	0.030780	0.072236
Sum	22.25200	1406.688	55.94118	35.13027	14.07236
Sum Sq. Dev.	2.700759	317.8601	5.275050	2.946590	0.620294
Observations	95	95	95	95	95

Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Penjelasan mengenai hasil statistik deskriptif pada tabel 4.1 sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, rata-rata ETR adalah 0,234. PT. Buyung Poetra Sembada Tbk. memiliki rasio pembayaran pajak terbesar sebesar 0,863 di tahun 2022,

namun di tahun 2023 menjadi perusahaan dengan pembayaran pajak terkecil dengan rasio sebesar -0,457.

2. Ukuran perusahaan (SIZE) dengan nilai terbesar sebesar 19,044 ada pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tahun 2023, sedangkan nilai terkecil sebesar 10,839 ada pada PT. Sentra Food Tbk di tahun 2023.
3. Pengungkapan CSR (CSRI) memiliki rata-rata 0,589. Pengungkapan CSR tertinggi dengan rasio sebesar 0,882 ada pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk dan PT. Akasha Wira International Tbk tahun 2023. Sedangkan pengungkapan CSR terkecil pada PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk dan PT. Sekar Bumi Tbk dengan rasio sebesar 0,000 tahun 2019 dan 2020.
4. *Capital Intensity* (CAP_INT) memiliki rasio paling besar 0,803 yang ada pada PT. Sariguna Primatirta Tbk tahun 2021. Sedangkan rasio paling kecil sebesar 0,120 ada pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tahun 2021.
5. *Inventory Intensity* (INV_INT) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,148. Intensitas persediaan tertinggi sebesar 0,399 oleh PT. Mulia Boga Raya Tbk di tahun 2023, sedangkan intensitas persediaan terendah sebesar 0,017 oleh PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk di tahun 2019.

4.2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

Terdapat tiga model yang dapat dibentuk dalam menentukan model regresi data panel, yaitu *Common Effect Model (CEM)*, *Fixed Effect Model (FEM)* dan *Random Effect Model (REM)*. Untuk menentukan model yang mana yang cocok dan dipilih, maka kita perlu melakukan uji model meliputi uji Chow, uji Hausman dan uji LM (*Lagrange Multiplier*).

1. Uji Chow

Untuk menguji apakah model regresi lebih cocok menggunakan *common effect* atau *fixed effect* adalah dengan melakukan uji Chow. Tabel 4.6 berikut adalah hasil dari uji Chow:

Tabel 4.2 Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: Untitled
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.921214	(18,72)	0.0272
Cross-section Chi-square	37.263477	18	0.0048

Sumber: Output Eviews 13

(2024)

Berdasarkan tabel 4.2, terlihat bahwa nilai *probability* sebesar 0,027 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model *fixed effect* lebih tepat digunakan dibandingkan dengan model *common effect*.

2. Uji Hausman

Selanjutnya untuk menguji apakah model regresi lebih cocok menggunakan *fixed effect* atau *random effect* adalah dengan melakukan uji Hausman. Tabel 4.3 berikut adalah hasil dari uji Hausman:

Tabel 4.3 Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq.	Chi-Sq. d.f.	Prob.
	Statistic		
Cross-section random	12.517880	4	0.0139

Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Merujuk pada tabel 4.3, terlihat bahwa nilai *probability* yang diperoleh sebesar 0,014, lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model *fixed effect* lebih sesuai untuk digunakan dibandingkan dengan model *random effect*. Oleh karena hasil dari kedua uji, yaitu uji Chow dan uji Hausman, sama-sama menunjukkan bahwa model *fixed effect* adalah yang paling tepat untuk digunakan, maka berikutnya uji *Lagrange Multiplier (LM)* tidak perlu dilakukan dalam konteks ini. Dengan kedua uji tersebut yang sudah secara konsisten mengarah pada pemilihan model *fixed effect*, tidak ada kebutuhan tambahan untuk melakukan uji LM.

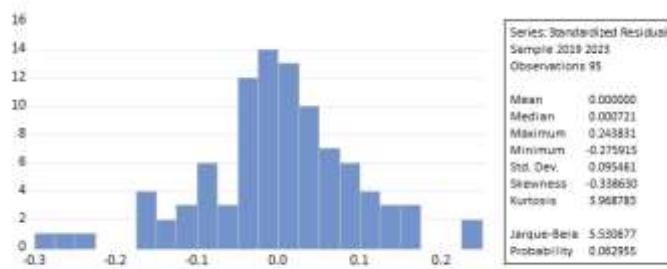
4.3. Uji Asumsi Klasik

Setelah menentukan model regresi data panel yang akan digunakan, maka kita melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *probability* sebesar 0,063. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Selanjutnya merupakan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

	SIZE	CSRI	CAP_INT	INV_INT
SIZE	1.000000	0.397473	-0.237815	-0.383103
CSRI	0.397473	1.000000	-0.039357	-0.207183
CAP_INT	-0.237815	-0.039357	1.000000	-0.433647
INV_INT	-0.383103	-0.207183	-0.433647	1.000000

Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Uji multikolinearitas menghasilkan nilai korelasi antar variabel yang semuanya kurang dari 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan tidak ada hubungan korelasi yang terlalu tinggi di antara variabel independen yang digunakan dalam model.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: ABS_RES
 Method: Panel Least Squares
 Date: 06/27/24 Time: 16:41
 Sample: 2019 2023
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 19
 Total panel (balanced) observations: 95

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.785044	1.050944	0.746990	0.4575
SIZE	-0.036427	0.068123	-0.534729	0.5945
CSRI	-0.016851	0.065798	-0.256094	0.7986
CAP_INT	-0.275189	0.266199	-1.033770	0.3047
INV_INT	-0.345153	0.415858	-0.829978	0.4093

Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai *probability* untuk semua variabel lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Kesimpulan dari hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, data dalam penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi secara normal, tidak ada korelasi yang tinggi antar variabel independen, serta data terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.4. Uji Hipotesis

Setelah memastikan data yang digunakan akurat dengan melakukan uji asumsi klasik pada sub bab sebelumnya, selanjutnya kita akan menguji hipotesis dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji *Adjusted R-Squared*.

1. Uji t (Parsial)

Analisis regresi data panel menggunakan *fixed effect model* menghasilkan uji hipotesis seperti tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis

Dependent Variable: ETR
 Method: Panel Least Squares
 Date: 06/27/24 Time: 16:59
 Sample: 2019 2023
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 19
 Total panel (balanced) observations: 95

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.953721	1.479061	0.644815	0.5211
SIZE	-0.056739	0.095873	-0.591815	0.5558
CSRI	0.035897	0.092602	0.387653	0.6994
CAP_INT	0.760653	0.374639	2.030363	0.0460
INV_INT	-1.227031	0.585263	-2.096546	0.0395

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.350943	Mean dependent var	0.234232
Adjusted R-squared	0.152619	S.D. dependent var	0.169504
S.E. of regression	0.156034	Akaike info criterion	-0.670490
Sum squared resid	1.752948	Schwarz criterion	-0.052183
Log likelihood	54.84829	Hannan-Quinn criter.	-0.420648
F-statistic	1.769549	Durbin-Watson stat	2.778232
Prob(F-statistic)	0.037082		

Sumber: *Output Eviews 13 (2024)*

Hasil uji t (parsial) menghasilkan nilai *probability* untuk ukuran perusahaan sebesar 0,556, CSR sebesar 0,699, *capital intensity* sebesar 0,046, dan *inventory intensity* sebesar 0,039. Nilai *probability* untuk variabel ukuran perusahaan dan CSR yang lebih besar dari tingkat

signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak atau menerima H_0 . Artinya ukuran perusahaan dan CSR tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variabilitas yang ada pada agresivitas pajak dalam penelitian ini. Sebaliknya, nilai *probability* untuk *capital intensity* dan *inventory intensity* yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak atau menolak H_0 . Artinya, *capital intensity* dan *inventory intensity* secara statistik terbukti berkontribusi dalam menjelaskan perubahan pada agresivitas pajak. Merujuk pada tabel 4.6, persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$ETR = 0,954 - 0,057SIZE + 0,036CSRI + 0,761CAP_INT - 1,227INV_INT$$

Pembahasan untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

- **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak**

Berdasarkan hasil olah data, diketahui bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Temuan ini selaras dengan penelitian Nugraha dan Meiranto (2015) dan Prameswari (2017) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan yang semakin besar bukan berarti perusahaan tersebut memiliki strategi yang semakin agresif dalam perpajakannya, sehingga dapat dikatakan ukuran perusahaan tidak menjadi indikator dalam mempengaruhi besar atau kecilnya agresivitas pajak. Hasil ini berkebalikan dengan penelitian Rahayu dan Kartika (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian Utomo dan Fitria (2021) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak.

- **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak**

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Temuan ini didukung oleh penelitian Rahayu dan Kartika (2021) yang menyatakan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Pengungkapan CSR yang semakin banyak belum tentu perusahaan tersebut memanfaatkan citra perusahaannya untuk melakukan praktik agresivitas pajak, sehingga dapat dikatakan *corporate social responsibility* tidak menjadi indikator dalam memperbesar atau memperkecil agresivitas pajak. Namun hasil ini berkebalikan dengan penelitian Sari dan Tjen (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Meiranto (2015) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak.

- **Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Agresivitas Pajak**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *capital intensity* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap tingkat pembayaran pajak (ETR). Artinya *capital intensity* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat intensitas modal yang lebih tinggi cenderung tidak agresif dalam praktik penghindaran pajak mereka. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darsono (2015), yang juga menyimpulkan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki aset tetap yang banyak, akan meningkatkan kapasitas produksi juga karena aset yang dimiliki akan digunakan untuk kegiatan produksi, sehingga tidak berdampak pada pengurangan laba perusahaan, dan beban pajak yang dibayarkan juga besar. Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Legowo et al. (2021) yang menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan perdagangan. Menurut penelitian Legowo et al. (2021), tingkat kepemilikan aset tetap dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan beban depresiasi sehingga laba perusahaan akan berkurang, dan beban pajak yang dibayarkan akan berkurang juga.

- **Pengaruh *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak**

Penelitian menunjukkan bahwa *inventory intensity* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap tingkat pembayaran pajak (ETR), yang berarti signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat intensitas persediaan yang lebih tinggi cenderung agresif dalam praktik penghindaran pajak mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ann (2019), yang menyatakan bahwa intensitas persediaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat intensitas persediaan yang tinggi justru lebih cenderung terlibat dalam praktik penghindaran pajak. Hal ini mungkin disebabkan oleh kemampuan perusahaan-perusahaan tersebut untuk menyembunyikan atau mengalihkan pendapatan melalui manajemen persediaan yang lebih kompleks. Namun demikian, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Niandari dan Novelia (2022) yang menyatakan bahwa *inventory intensity* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor industri dasar dan kimia. Artinya perusahaan mampu melakukan pengelolaan persediaan dengan baik sehingga tidak timbul biaya pemeliharaan untuk persediaan yang ada, yang berdampak pada laba perusahaan yang tetap tinggi dan beban pajak yang dibayarkan juga tinggi. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan perbedaan industri perusahaan, pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, memakai industri makanan dan minuman, dimana memerlukan sistem pemeliharaan yang lebih rumit dan kompleks, sehingga timbul biaya pemeliharaan yang besar seiring dengan bertambahnya intensitas persediaan.

2. Uji *Adjusted R-Squared*

Mengacu pada hasil uji hipotesis dalam tabel 4.6, nilai *Adjusted R-Squared* yang diperoleh sebesar 0,1526 menunjukkan bahwa 15,26 persen dari variasi variabel dependen agresivitas pajak dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini, yaitu ukuran perusahaan, CSR, *capital intensity* dan *inventory intensity*. Artinya, kontribusi kombinasi ukuran perusahaan, CSR, *capital intensity* dan *inventory intensity* terhadap perubahan pada agresivitas pajak adalah sebesar 15,26 persen. Sementara itu, sisanya sebesar 84,74 persen dari variasi dalam variabel agresivitas pajak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2019 – 2023, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023.
2. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023.
3. *Capital intensity* berpengaruh signifikan negatif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023.
4. *Inventory intensity* berpengaruh signifikan positif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023.

Dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penambahan Variabel Independen

Selain variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini, penting untuk mengeksplorasi variabel independen lainnya yang berpotensi mempengaruhi agresivitas pajak. Penambahan variabel ini dapat memberikan wawasan baru dan lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Misalnya varibel profitabilitas, yang memiliki hubungan langsung dengan laba perusahaan.

2. Penambahan Sampel Penelitian

Disarankan agar penelitian berikutnya meningkatkan jumlah sampel, baik dari segi jumlah perusahaan yang dianalisis maupun periode waktu yang diperpanjang. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan titik observasi yang lebih banyak dan memberikan gambaran yang lebih representatif terhadap keadaan yang sebenarnya. Penambahan sampel misalnya dapat menambah sektor lain seperti manufaktur sub sektor barang konsumsi. Dengan sampel yang lebih luas, hasil penelitian akan memiliki tingkat validitas yang lebih tinggi.

3. Penguatan Data dan Bahan Empirik

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengumpulkan data dan bahan empiris tambahan dari hasil wawancara dengan manajer keuangan di setiap jenis perusahaan yang diteliti. Hal ini akan membantu dalam memperkuat argumen dan interpretasi hasil penelitian. Data yang lebih lengkap dan akurat akan meningkatkan kredibilitas penelitian dan memberikan dasar yang lebih kuat untuk kesimpulan yang diambil.

4. Transparansi Perusahaan

Bagi perusahaan, disarankan untuk lebih transparan dalam pelaporan keuangan dan kebijakan pajak mereka. Transparansi ini tidak hanya akan membantu dalam membangun kepercayaan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga dapat mengurangi risiko audit dan sanksi dari otoritas pajak. Perusahaan juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan evaluasi internal terhadap strategi pajak mereka, untuk memastikan bahwa praktik yang dilakukan sesuai dengan regulasi dan etika bisnis yang berlaku.

DAFTAR REFERENSI

Ann, S. (2019). The Influence of Liquidity, Profitability, Intensity Inventory, Related Party Debt, And Company Size To Aggressive Tax Rate. *Archives of Business Research*, 7(3).

Anwar, M. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.

Darsono, M. R. M. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Capital Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 1-8

Firmansyah, A., Estutik, & Riska, S. (2021). *Kajian Akuntansi Keuangan: Peran Tata Kelola Perusahaan dalam Kinerja Tanggung Jawab Lingkungan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Agresivitas Pajak*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.

Hartini, W. M., Roosarjani, C., & Dewi, Y. A. (2019). *Metode Penelitian dan Statistik*. Jakarta: Kementerian Kesehatan.

Kementerian Perindustrian. 05 Juli 2022. Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen. Diakses pada 25 Juli 2023, dari <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>

Kurniawan, A. W. & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.

Labetubun, M. A. H., Nugroho, L., Pinem, D., Mukhtadi., Sinurat, J., Pusporini., Umiyati, H., Hendrayani, Y., Anwar, K., Lahallo, F. F., Rahayu, P. S., Ahmad, D., Gaol, S. L. (2022). *Teori dan Praktis untuk Manajemen yang Bertanggung Jawab*. Bandung: CV Widina Media Utama

Legowo W., Florentina S., & Firmansyah A. (2021). Agresivitas Pajak pada Perusahaan Perdagangan di Indonesia: Profitabilitas, Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan. *JBA: Jurnal Bina Akuntansi*, 8(1), 84–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.52859/jba.v8i1.137>

Nani. (2022). *Step by Step Analisis Regresi Data Panel Menggunakan Eviews*. Serang: CV. Visi Intelegensia.

Nasional Kontan. 26 November 2022. Hingga Oktober, Industri Manufaktur jadi Motor Penggerak Penerimaan Pajak. Diakses pada 25 Juli 2023, dari <https://nasional.kontan.co.id/news/hingga-oktober-industri-manufaktur-jadi-motor-penggerak-penerimaan-pajak>

Niandari, N. & Novelia, F. (2022). Profitabilitas, Leverage, *Inventory Intensity Ratio*, dan Praktek Penghindaran Pajak. *OWNER: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2304-2314. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.911>

Nugraha, N. B. & Meiranto, W. (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan *Capital Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–14.

Prameswari, F. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(4), 74–90.

Putra, H., Effendy, S., & Sahputra, D. (2022). Hubungan Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Dengan Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT Anugrah Karya Prima. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2093-2102. doi:<https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1014>

Rahayu U., & Kartika A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, *Capital Intensity*, Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Maneksi: Management Ekonomi dan Akuntansi*, 10(1), 25–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v10i1.63>

Sari, D., & Tjen, C. (2021). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Environmental Performance, and Tax Aggressiveness*. *International Research Journal of Business Studies*, 9(2)

Septiawan, K., Ahmar, N., & Darminto, D. P. (2021). *Agresivitas Pajak Perusahaan Publik Di Indonesia & Refleksi Perilaku Oportunis Melalui Manajemen Laba*. Jakarta: NEM.

Setyawan, S., Haryanti, A. D. & Inata, L. C. (2022). *Dimensi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance*. Malang: UMMPress.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumiati. & Indrawati, N. K. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Malang: UB Press.

Utomo, A. B., & Fitria, G. N. (2021). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Capital Intensity dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18800>

Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Ponorogo: Myria Publisher.

Yuliana, I., & Wahyudi, D. (2018). Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2017). *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 7(2), 105–120.