

**PENGARUH STRATEGI BISNIS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN
INVENTORY INTENSITY TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA
PERUSAHAAN CONSUMER NON CYCLICAL YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018 – 2022**

Muhamad Ridwan
Universitas Pamulang
goriridwan123@gmail.com

Neneng Hasanah
Universitas Pamulang
dosen02422@unpam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Business Strategy, Sales Growth, and Inventory Intensity towards Tax Avoidance in companies consumer non cyclical 2018-2022. The population used in this research is the company consumer non cyclical listed on the IDX in 2018-2022. The sample used in this research was 13 sample companies with a research observation period of 5 years in the 2018-2022 period and the number of financial reports sampled in this research was 65. This research also analyzes data using panel data regression on EViews version 12 software. The results of this research show that business strategy and sales growth influence tax avoidance. Temporary, inventory intensity has no effect on tax avoidance. However, simultaneously Business Strategy, Sales Growth, and Inventory Intensity have a simultaneous effect on tax avoidance.

Keywords: *Business Strategy, Sales Growth, Inventory Intensity, Tax Avoidance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* terhadap Penghindaran Pajak pada perusahaan *consumer non cyclical* tahun 2018- 2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan *consumer non cyclical* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 13 sampel perusahaan dengan periode pengamatan penelitian selama 5 tahun pada periode tahun 2018-2022 dan jumlah laporan keuangan yang dijadikan sampel pada penelitian ini berjumlah 65. Penelitian ini juga menganalisis data menggunakan regresi data panel pada software *EViews* versi 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh, pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak dan *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Tetapi, secara simultan Strategi Bisnis, Pertumbuhan

Penjualan, dan *Inventory Intensity* berpengaruh secara bersamaan terhadap penghindaran pajak.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, *Inventory Intensity*, Penghindaran Pajak

PENDAHULUAN

Negara diseluruh dunia telah mengakui bahwa pajak mempunyai peranan yang sangat penting, salah satu nya dalam membiayai pengeluaran negara yang bersifat rutin maupun tidak. Tanpa pajak, sebagian besar kegiatan negara sulit untuk dilakukan. Pajak menjadi unsur penting yang diatur dalam Undang Undang Republik Indonesia No 28 tahun 2007 pasal 21, pengertian pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terhutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Menurut Dwiyanti & I Ketut (2019) penghindaran pajak merupakan persoalan yang rumit karena di satu sisi diijinkan, tetapi tidak diinginkan oleh pemerintah, sehingga muncul perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan pemerintah dimana perusahaan selalu berusaha untuk menekan beban pajaknya serendah mungkin, sedangkan pemerintah selalu berusaha untuk meningkatkan penerimaan pajak Negara semaksimal mungkin setiap periode yang telah ditargetkan sesuai Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN). Pajak merupakan sumber pendapatan terbesar bagi negara untuk mengimbangi penerimaan pemerintah. Pajak memiliki peran penting sebagai alat bagi pemerintah dalam melakukan pembangunan nasional demi pemerataan dan kesejahteraan masyarakat. Sebagai wajib pajak, pembayaran pajak adalah tanda bakti untuk ikut membantu negara melakukan rangkaian rencana dari pembangunan nasional. Namun pada kenyataannya sistem pelaksanaan dan pemungutan dari pembayaran pajak itu sendiri masih dikatakan belum optimal sehingga pemerintah perlu memperhatikan agar dapat dikelola dengan baik. Besar kecilnya pajak yang dibayarkan mampu memberikan perubahan dari pembangunan nasional negeri (Adibah Yahya dkk, 2022). Berkaitan dengan pembayaran pajak, terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah. Bagi wajib pajak khususnya perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba yang dihasilkan oleh perusahaan, sedangkan bagi negara pajak merupakan sumber

penerimaan yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, perbedaan yang terjadi menyebabkan perusahaan cenderung mencari cara untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan baik secara legal maupun ilegal (Asri & Mahfudin, 2021). Di Indonesia telah banyak kasus kasus terkait penghindaran pajak salah satunya adalah yaitu Pada tahun 2019, kasus praktik penghindaran pajak dilakukan oleh perusahaan tembakau milik *British American Tobacco* (BAT) melalui PT Bentoel Internasional Investama. Kasus ini terkuak setelah lembaga Tax Justice melaporkan PT Bentoel Internasional Investama atas kasus penghindaran pajak yang dampaknya yaitu negara dapat mengalami kerugian. Dalam laporannya, Tax Justice menjelaskan bahwa BAT telah mengalihkan sebagian pendapatannya keluar dari Indonesia menuju negara yang memiliki tarif pajak kecil dengan memanfaatkan anak perusahaan (Kontan.co.id, 2019). Sektor *consumer non cyclical* (barang konsumen primer) merupakan salah satu sektor yang ada pada klasifikasi sektor terbaru bulan Januari 2021 yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut mencakup perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen. Untuk barang yang bersifat anti siklis atau barang primer, permintaan barang tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi seperti perusahaan ritel barang primer berupa toko makanan, toko obat-obatan, supermarket, produsen minuman, makanan kemasan, penjual produk pertanian, produsen rokok, barang keperluan rumah tangga, dan barang perawatan pribadi (Bursa Efek Indonesia, 2021). Adanya kasus penghindaran pajak membuat para penelitian terdahulu menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi praktik penghindaran pajak. Faktor pertama yaitu, strategi bisnis. Strategi bisnis adalah salah satu keputusan yang dibuat oleh manajer sebelum melakukan proses bisnis perusahaan, seluruh aktivitas perusahaan akan ditentukan oleh strategi bisnis, semua proses operasional dan transaksi perusahaan yang dilakukan perusahaan harus disesuaikan dengan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya (Faradiza, 2019). Kekuatan produk didapat dengan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan melalui kekuatan produk dengan proses yang didukung orang-orang kredibel memberikan layanan (Lestari & Hertati, 2020). Faktor kedua yang mempengaruhi perusahaan melakukan penghindaran pajak adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menurut Wulandari dkk

(2020) didalam penelitiannya menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat diukur melalui perubahan total penjualan perusahaan. Semakin tinggi tingkat penjualannya maka menandakan bahwa laba perusahaan tersebut meningkat dan hal itu menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan itu meningkat. Pertumbuhan penjualan juga dapat didefinisikan sebagai perubahan penjualan pertahun dikarenakan dapat dijadikan sebagai pembandingan antara tingkat penjualan dari tahun ketahun. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya , yaitu oleh Alya & Sri (2020) strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Tetapi Fivi Anggraini dkk (2020) mengungkapkan strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap penghindran pajak. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dkk (2020) mengungkapkan hasilnya jika pertumbuhan penjualan atau *sales growth* memiliki pengaruh pada penghindaran pajak. Tetapi, hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christy dan Subagyo (2019) menyimpulkan tidak adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan pada penghindaran pajak. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Fitria, 2018) *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

TELAAH LITERATUR

Teori Agency

Menurut Indrawan & Sari (2022) menyatakan bahwa teori agensi memiliki hubungan keagenan dimana satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaan dan otoritas pengambilan keputusan kepada pihak lain (*agent*) yang kemudian menyelesaikan pekerjaan tersebut atas nama principal. Baik principal maupun agent dalam hal ini diasumsikan sebagai para pelaku ekonomi yang berpikir rasional dan tindakannya semata-mata untuk kepentingan pribadi. Teori agensi merupakan perspektif yang secara jelas menggambarkan masalah yang timbul dengan adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian terhadap perusahaan, yaitu terdapatnya konflik kepentingan dalam perusahaan. Manajemen (*agent*) dalam menjalankan operasi perusahaan harus mengutamakan kepentingan pemilik dengan cara meningkatkan kemakmuran pemegang saham, akan tetapi manajemen sering kali mempunyai kepentingan yang berbeda dengan kepentingan pemegang saham sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang

saham (Khoiriyah & Wardani, 2018). Teori Keagenan menurut Akbar et al (2020) menjelaskan dalam suatu entitas perusahaan terdapat dua unsur yakni pemilik perusahaan dan manajer yang terikat dalam suatu kontrak. Hubungan ini memicu timbulnya biaya keagenan (*agency cost*) yakni biaya yang dikeluarkan pemilik sebagai garansi agar agen bertindak menurut keinginan mereka. Biaya keagenan ini meliputi antara lain biaya monitoring dan kompensasi bagi manajemen.

Penghindaran Pajak

Menurut Rahayu & Nurrahmi (2020) penerimaan negara yang bersumber dari pajak merupakan penerimaan utama negara, sehingga kejujuran pengungkapan pajak dari wajib pajak merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak terutama bagi suatu negara yang menganut sistem perhitungan pajak sendiri oleh wajib pajak (*self assesment system*). Menurut Surbakti dalam Anggraini dkk (2020) semakin tinggi biaya kepatuhan pajak maka akan semakin rendah kepatuhan pajaknya, begitu juga akan berlaku sebaliknya. Menurut Novelia & Niandari (2022) penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan segala bentuk kegiatan yang memberikan efek terhadap kewajiban pajak, baik kegiatan yang diperbolehkan atau kegiatan khusus untuk mengurangi pajak. Menurut Fatniasih & Yustrianthe (2021) biasanya *tax avoidance* dilakukan dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan hukum pajak dan tidak melanggar hukum perpajakan. Penghindaran pajak berkaitan dengan kegiatan manajemen yang mempelajari *loopholes* dalam undang-undang perpajakan untuk mengurangi pajak dalam pencatatan pendapatan (Arieftiara et al, 2020).

Strategi Bisnis

Menurut Hertati & Lestari (2020) strategi bisnis adalah proses yang terjadi akibat perkembangan teknologi informasi untuk mencapai kinerja, dinamika perubahan internal dan eksternal dalam rangka mewujudkan pencapaian kinerja yang berkelanjutan, perubahan lingkungan serta dinamika internal dalam organisasi mendorong berubahnya strategi dalam mencapai tujuan. Hasil penelitian Miles dan Snow dalam Ritnawati & Herianti (2020) mengidentifikasikan empat tipe strategi bisnis yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu:

Prospector

Strategi bisnisnya terfokus untuk mengefisienkan biaya serta menstabilkan struktur organisasi dan hal tersebut tergolong menjadi strategi prospector. Strategi prospector memiliki domain produk yang sangat luas, terpusat pada inovasi, perubahan, serta struktur organisasi yang lebih fleksibel.

Defender

Perusahaan yang fokus pada penekanan biaya sebagai dasar persaingan, hal tersebut disebut sebagai strategi defenfer. "Strategi defender lebih condong memiliki domain produk yang sempit, fokus pada efisiensi, serta struktur organisasi yang stabil.

Analyzer

Strategi *analyzer* merupakan kombinasi dari prospector dan defender. Perusahaan beroperasi dalam dua tipe domain produk pasar yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Jika berada dalam area stabil, maka perusahaan akan beroperasi secara rutin dan efisien dengan menggunakan struktur-struktur dan proses-proses yang telah diformulasikan sebelumnya. Perubahan dilakukan dengan cara manajer senantiasa memperhatikan kompetitornya secara seksama berkaitan dengan ide-ide yang akan diambil, kemudian secara cepat mengadopsi sesuatu yang paling menjanjikan. Pengukuran kinerja dilakukan berdasarkan pengukuran keseimbangan efisiensi dan efektivitas. Perusahaan cenderung menerapkan strategi keseimbangan antara aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan peluang perluasan pangsa pasar baru produk dan jasa dengan tetap menjaga hubungan dengan customer dan supplier yang lama. Fokus utama perusahaan dalam kategori ini adalah di satu sisi meminimalisasi risiko karena pemanfaatan teknologi yang telah usang, sementara di sisi lain perusahaan berusaha meraih peluang untuk mendapatkan laba dengan jalan meniru inovasi produk dan jasa yang telah sukses (benchmarking).

Reactor

Strategi *reactor* merupakan strategi perusahaan yang manajer puncaknya

seringkali menerima perubahan dan ketidakpastian yang terjadi dalam lingkungan organisasinya, tetapi tidak meresponnya secara efektif sehingga tipe perusahaan seperti ini tidak memiliki strategi untuk senantiasa menyesuaikan teknologi informasinya dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Oleh karena itu, perusahaan tidak melakukan penyesuaian, kecuali jika tekanan lingkungan benar-benar kuat. Hasil penelitian Miles dan Snow dalam (Irfan & Dahtiah, 2020) berikut ini beberapa pengukuran yang akan dipakai dalam penelitian ini untuk strategi bisnis, yaitu :

Employee to Sales Ratio

Suatu perusahaan akan dikatakan fokus dalam efisiensi karena seluruh karyawan yang ada di perusahaan Semakin'besar EMPSAL maka sebuah perusahaan dapat dikatakan fokus pada efisiensi karena perusahaan akan memaksimalkan jumlah karyawan yang ada untuk menghasilkan penjualan yang besar. Karakteristik strategi *defender* yang memiliki kesamaan dengan hal tersebut.

Market to Book Ratio

Perusahaan mempunyai fokus mengenai pertumbuhan perusahaan dengan melihat nilai dari MTBR nya. Ciri-ciri strategi *prospector* yang mempunyai kesamaan dengan hal tersebut.

Marketing Expense to Sales Ratio

Perusahaan yang berfokus mengenai inovasi produk dan jasa serta membuat pangsa pasar baru, maka perusahaan tersebut akan memiliki nilai METSR besar. Hal tersebut terdeskripsikan dari upaya peningkatan penjualan perusahaan dengan mengeluarkan biaya tinggi untuk memasarkan serta mendistribusikan barangnya. Karakteristik seperti ini sesuai dengan strategi *prospector*.

Research and Development to Sales Ratio

Perusahaan yang cenderung membuat produk baru akan memiliki nilai R&DS yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan dikeluarkannya biaya yang besar untuk penelitian dan pengembangan barang perusahaan yang akan dijual ke konsumen. Strategi

prospector yang memiliki kesamaan dengan hal tersebut.

Plant, Property, and Equipment Intensity Ratio

Perusahaan akan mengfokuskan untuk mengefisienkan aset produksi, maka perusahaan tersebut akan memiliki nilai PPEINT yang besar dan karakteristik strategi *defender* yang sesuai dengan hal tersebut.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Rahmawati & Yeni (2021) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan meningkatnya penjualan dari satu periode ke periode berikutnya, penjualan merupakan komponen penting dalam suatu perusahaan, sumber daya yang ada pada suatu perusahaan dapat dioptimalkan dengan melihat penjualan dari tahun ke tahun, peningkatan penjualan dari suatu periode ke periode berikutnya disebut dengan pertumbuhan.

Inventory Intensity

Menurut Mahfudin & Asri (2021) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan meningkatnya penjualan dari satu periode ke periode berikutnya, penjualan merupakan komponen penting dalam suatu perusahaan, sumber daya yang ada pada suatu perusahaan dapat dioptimalkan dengan melihat penjualan dari tahun ke tahun, peningkatan penjualan dari suatu periode ke periode berikutnya disebut dengan pertumbuhan. Menurut Fatniasih & Yustrianthe (2021) Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dapat menunjukkan apakah setiap tahunnya entitas mengalami perkembangan pada tingkat penjualannya. Oleh karena itu, tingkat penjualan entitas bisa mengalami peningkatan ataupun penurunan. Semakin meningkatnya penjualan entitas, semakin tinggi pula entitas mendapatkan laba dan semakin baik pula kinerja entitas. Pertumbuhan penjualan dapat digunakan sebagai ramalan untuk menghitung seberapa besar laba yang akan diperoleh di waktu mendatang.

Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Penghindaran Pajak

Menurut Lestari & Hertati (2020) menyatakan strategi bisnis berkaitan dengan perencanaan permainan dari manajemen untuk bersaing dengan sukses yaitu usaha

spesifik untuk melayani pelanggan, memperkuat posisi pasar, menghadapi manuver dari pesaing, merespon pergerakan kondisi pasar, dan untuk mencapai jenis kekuatan tertentu. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hertati & Lestari (2020) strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hal yang sama juga didapatkan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani & Khoiriyah (2018) telah membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap tingkat penghindaran pajak. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herianti & Ritnawati (2021) bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Akbar dkk (2020) mengatakan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan memungkinkan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi, tingginya laba akan mengakibatkan tingginya beban pajak yang ditanggung perusahaan, sehingga perusahaan akan cenderung untuk mencari cara agar mengurangi atau meminimalkan pajak yang ditanggungnya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahfudin & Asri (2021) Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan secara positif terhadap *tax avoidance*. Hal yang sama juga didapatkan penelitian Akbar dkk (2020) mengungkapkan pertumbuhan penjualan atau *sales growth* memiliki pengaruh pada penghindaran pajak. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tanjaya & Nazir (2021) bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Pengaruh *Inventory Intensity* terhadap Penghindaran Pajak

Menurut Rosandi (2022) *inventory intensity* atau intensitas persediaan merupakan suatu pengukuran seberapa besar persediaan yang di investasikan pada perusahaan, perusahaan yang memiliki persediaan besar akan memiliki beban yang besar atau membutuhkan biaya yang besar untuk mengatur persediaan tersebut, semakin banyak persediaan perusahaan, maka semakin besar beban pemeliharaan dan penyimpanan dari persediaan tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yahya dkk (2022) menunjukkan bahwa intensitas persediaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak sehingga dapat disimpulkan

bahwa intensitas persediaan yang tinggi pada suatu perusahaan akan menurunkan laba suatu perusahaan dan melakukan penghindaran pajak. Didalam penelitian Novelia & Niandari (2022) menyatakan bahwa *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (*Tax Avoidance*). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arieftiara dkk (2020) *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

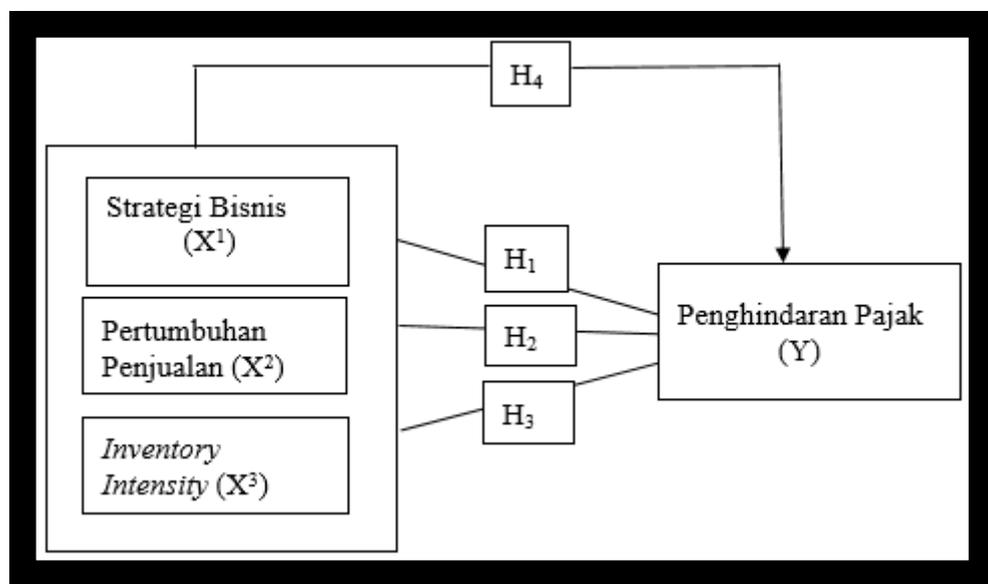
METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan serta laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non cyclical* yang terdaftar di BEI dan sampel pada penelitian ini diukur menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang mempublikasikan laporan keuangannya selama periode tahun 2018-2022.
2. Perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang menggunakan nilai satuan rupiah dalam laporan keuangan selama periode tahun 2018-2022.
3. Perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang memperoleh laba dalam laporan keuangan selama periode tahun 2018-2022.
4. Perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang tidak mempublikasikan laporan keuangan di BEI data secara lengkap selama periode tahun 2018- 2022.

Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program pengolah data statistik yang dikenal dengan *evIEWS 12*. Melakukan uji regresi data panel perlu dilakukan beberapa tahap pengujian. Pada penelitian ini dilakukan enam tahap pengujian, yaitu analisis statistik deskriptif, penentuan model estimasi, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji *goodness of fit model*.

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Keterangan :

- H₁ = Diduga Strategi Bisnis berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.
- H₂ = Diduga Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.
- H₃ = Diduga Inventory Intensity berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.
- H₄ = Diduga Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* berpengaruh simultan terhadap Penghindaran Pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggambarkan statistik deskriptif seluruh variabel dalam penelitian ini yang meliputi minimum, maximum, mean (rata-rata) dan standar deviasi. Nilai minimum menggambarkan nilai yang paling kecil yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisis data terhadap sampel. Nilai maximum menggambarkan nilai paling besar yang akan diperoleh dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan. Sedangkan mean (rata-rata) menggambarkan nilai dari masing – masing variabel (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0.227272	0.195977	0.078284	0.172586
Median	0.225569	0.177764	0.088568	0.147552
Maximum	0.319707	0.516083	0.474684	0.574961
Minimum	0.051465	0.024799	-0.465160	0.014823
Std. Dev.	0.034590	0.124007	0.149116	0.098439
Skewness	-0.997346	1.016591	-0.324231	1.006013
Kurtosis	8.733731	3.436929	4.836573	4.573419
Jarque-Bera	153.5603	18.01974	15.80626	27.18290
Probability	0.000000	0.000122	0.000370	0.000001
Sum	22.72718	19.59769	7.828382	17.25860
Sum Sq. Dev.	0.118447	1.522405	2.201335	0.959336
Observations	100	100	100	100

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan hasil statistik deskriptif masing-masing variabel. Didapat sebanyak 100 observasi data perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022 yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Penghindaran Pajak (Y) dalam penelitian ini memiliki nilai maksimum sebesar 0,319709 yang dilakukan perusahaan (ROTI) Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2018, sedangkan nilai minimum sebesar 0,051465 yang dilakukan perusahaan (ROTI) Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2020, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,227272 dengan standar deviasi sebesar 0,034590. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata – rata < standar deviasi, variabel Penghindaran Pajak memiliki variasi data yang tinggi. Artinya penyimpangan data variabel Penghindaran Pajak yang terjadi tinggi, karena penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil yang tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.
2. Variabel Strategi Bisnis (X1) dalam penelitian ini memiliki nilai maksimum sebesar 0,516083 yang dilakukan perusahaan (ROTI) Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2020, sedangkan nilai minimum sebesar 0,024799 yang dilakukan perusahaan (CEKA) Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada tahun

2022, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,195977 dengan standar deviasi sebesar 0,124007. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata – rata < standar deviasi, variabel Strategi Bisnis memiliki variasi data yang tinggi. Artinya penyimpangan data variabel Strategi Bisnis yang terjadi tinggi, karena penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil yang tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.

3. Variabel Pertumbuhan Penjualan (X2) dalam penelitian ini memiliki nilai maksimum sebesar 0,474684 yang dilakukan perusahaan (CEKA) Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada tahun 2021, sedangkan nilai minimum sebesar -0,465160 yang dilakukan perusahaan (MLBI) Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2020, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,078284 dengan standar deviasi sebesar 0,149116. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata – rata < standar deviasi, variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki variasi data yang tinggi. Artinya penyimpangan data variabel Pertumbuhan Penjualan yang terjadi tinggi, karena penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil yang tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.
4. Variabel *Inventory Intensity* (X3) dalam penelitian ini memiliki nilai maksimum sebesar 0,574961 yang dilakukan perusahaan (MLBI) Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2019, sedangkan nilai minimum sebesar 0,014823 yang dilakukan perusahaan (ROTI) Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2018, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,172586 dengan standar deviasi sebesar 0,098439. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata – rata < standar deviasi, variabel *Inventory Intensity* memiliki variasi data yang tinggi. Artinya penyimpangan data variabel *Inventory Intensity* yang terjadi tinggi, karena penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil yang tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.

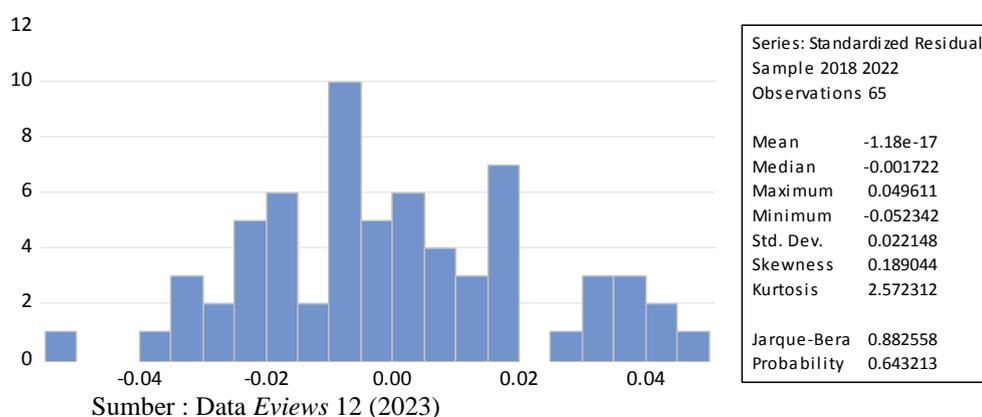
Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Terdapat dua cara dalam

mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018). Pada analisis grafik maka dilakukan dengan melihat diagram batang persebaran data. Distribusi normal akan membentuk diagram batang dengan ketinggian yang hampir sama atau perbedaan tinggi diagram tidak terlalu besar. Kemudian, pada analisis statistik dilakukan dengan cara menguji normalitas variabel residual dengan menggunakan uji *Jarque Bera*. Uji *Jarque Bera* merupakan uji normalitas untuk sampel besar (asymptotic) (Ghozali & Ratmono, 2018). Sebelumnya perlu ditentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian, yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka residualnya terdistribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka residualnya terdistribusi tidak normal.
3. Jika nilai *Jarque-Bera* < 2 , maka data terdistribusi normal atau tidak menolak H_0 .
4. Jika nilai *Jarque-Bera* > 2 , maka data terdistribusi tidak normal atau tidak menolak H_0 .

Gambar 2 Uji Normalitas



Berdasarkan hasil probabilitas *Jarque Bera* dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan angka $0,643213 > 0,05$, dan nilai *Jarque-Bera* sebesar $0,882558 < 2$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Ghozali (2018:107) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Independen).

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	-0.222847	-0.334633
X2	-0.222847	1.000000	-0.059106
X3	-0.334633	-0.059106	1.000000

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolonieritas bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel independen (X1: -0,222847, X2: -0,334633, X3: -0,059106) < 0,90. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi antara variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastistas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu metode model regresi terjadi perbedaan varians dari residual data yang ada.

Tabel 3 Uji Heteroskedastistas

Heteroskedasticity Test: Harvey			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	1.334252	Prob. F(3,61)	0.2715
Obs*R-squared	4.002587	Prob. Chi-Square(3)	0.2612
Scaled explained SS	3.579190	Prob. Chi-Square(3)	0.3106

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Prob. Chi squares* (Obs*Rsquared) sebesar 0,2612 > 0,05. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedasitas..

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:132) uji ini untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (DW test), dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson* (DW). Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Terdapat 3 ketentuan dalam pengambilan keputusan autokorelasi yaitu jika angka DW dibawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif, jika angka DW diantara -2 sampai +2 berarti

tidak terjadi autokorelasi, dan jika angka DW diatas +2 berarti terjadi autokorelasi negatif. Berikut hasil uji autokorelasi pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
Weighted Statistics			
R-squared	0.855849	Mean dependent var	0.281917
Adjusted R-squared	0.811721	S.D. dependent var	0.127411
S.E. of regression	0.017121	Sum squared resid	0.014363
F-statistic	19.39477	Durbin-Watson stat	1.721771
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai DW sebesar 1,721771 dimana nilai DW tersebut berada diantara -2 sampai +2 atau $-2 < DW < +2$. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif.

Pengujian Hipotesis

Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2018:98) uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada nilai probabilitas *t-statistic*. Jika nilai probabilitas *t-statistic* > 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika hasil probabilitas *t-statistic* < 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil *E-Views* 12 pengujian sebagai berikut:

Tabel 5 Uji t Parsial

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.210954	0.015164	13.91118	0.0000
X1	0.094067	0.065353	1.439371	0.1564
X2	-0.039847	0.010044	-3.967057	0.0002
X3	0.012517	0.019618	0.638061	0.5264

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Perhitungan t tabel = $n - k - 1$ yaitu: $65 - 4 - 1 = 60 = 1,67065$

Berdasarkan hasil pada tabel diatas hasil (uji t) hasil perhitungan dengan menggunakan *E-views* 12 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel strategi bisnis (X_1) memiliki nilai sebesar $0,1564 > 0,05$ dan nilai t statistic lebih kecil dari nilai t tabel ($1,439371 < 1,67065$), maka (H_0) diterima dan (H_1) ditolak. Artinya Strategi Bisnis tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.
2. Variabel pertumbuhan penjualan (X_2) memiliki nilai sebesar $0,0002 < 0,05$ dan nilai t statistic lebih kecil dari nilai t tabel ($-3,967057 > -1,67065$), maka (H_0) ditolak dan (H_2) diterima. Artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.
3. Variabel *inventory intensity* (X_3) memiliki nilai sebesar $0,5264 > 0,05$ dan nilai t statistic lebih besar dari nilai t tabel ($0,638061 > 1,66864$). maka (H_0) diterima dan (H_3) ditolak. Artinya *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, maka dapat disimpulkan bahwa (H_3) ditolak dan (H_3) diterima.

Uji Simultan F

Cara pengambilan keputusan terhadap hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada taraf signifikansi penelitian yaitu 0,05. Jika nilai F hitung $< f$ tabel maka hal ini berarti pengaruh antar variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat tidak signifikan secara statistik. Namun jika F hitung $> F$ tabel maka hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat signifikan secara statistik.

Tabel 6 Uji F Simultan

Cross-section fixed (dummy variables)			
Weighted Statistics			
R-squared	0.855849	Mean dependent var	0.281917
Adjusted R-squared	0.811721	S.D. dependent var	0.127411
S.E. of regression	0.017121	Sum squared resid	0.014363
F-statistic	19.39477	Durbin-Watson stat	1.721771
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, dapat dilihat hasil regresi dari *Fixed Effect* Model diperoleh nilai *F-statistic* sebesar 19,39477 dan nilai probabilitas

sebesar 0,000000. Sedangkan pencarian F-tabel dengan jumlah sampel (n) = 65 dan jumlah variabel (k) = 4. F-tabel bisa dilihat pada tabel distribusi F dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan $df1 = \text{jumlah variable} - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = n - k - 1 = 65 - 4 - 1 = 60$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel sehingga didapat F-tabel nya sebesar 2.76, yang berarti *F-statistic* lebih besar dari F-tabel ($19,39477 > 2,76$). Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa dari *Fixed Effect Model* diperoleh nilai prob (*F-statistic*) 0,000000, maka dapat diketahui nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* berpengaruh secara simultan terhadap Penghindaran Pajak.

Uji Koefisiensi Determinasi *R-square*

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai *Adjusted R²* dapat naik turun dengan adanya penambahan variabel baru, tergantung dari korelasi antara variabel bebas tambahan tersebut dengan variabel terikatnya.

Tabel 7 Uji Determinasi *R-square*

Cross-section fixed (dummy variables)			
Weighted Statistics			
R-squared	0.855849	Mean dependent var	0.281917
Adjusted R-squared	0.811721	S.D. dependent var	0.127411
S.E. of regression	0.017121	Sum squared resid	0.014363
F-statistic	19.39477	Durbin-Watson stat	1.721771
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data *Eviews* 12 (2023)

Tabel diatas menunjukkan hasil *Adjusted R-squared* sebesar 0,811721 hal ini menunjukkan bahwa presentasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel

penelitian.

Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel Strategi Bisnis sebesar 0,1564, sehingga pada variabel Strategi Bisnis nilai probabilitas lebih besar dari nilai signifikansi ($0,1564 > 0,05$) dan memiliki nilai thitung sebesar 1,439371 sehingga mendapatkan nilai ttabel sebesar 1,67065 artinya thitung < ttabel ($1,439371 < 1,67065$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Hasil ini mengidentifikasi bahwa Strategi Bisnis bukan merupakan predictor yang dapat mempengaruhi Penghindaran Pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Anggraini dkk (2020) dan juga hasil penelitian dari Ritnawati & Herianti (2021) yang membuktikan bahwa Strategi Bisnis tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar 0,0002, sehingga pada variabel Pertumbuhan Penjualan nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikansi ($0,0002 < 0,05$) dan memiliki nilai thitung sebesar -3,967057 sehingga mendapatkan nilai ttabel sebesar 1,67065 artinya thitung > ttabel ($-3,967057 > -1,67065$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima. Hasil ini mengidentifikasi bahwa Pertumbuhan Penjualan merupakan prediktor yang dapat mempengaruhi Penghindaran Pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mahfudin & Asri (2021) dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Akbar dkk (2020) yang membuktikan bahwa Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh positif terhadap Penghindaran Pajak.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel *Inventory Intensity* sebesar 0,5264, sehingga

pada variabel *Inventory Intensity* nilai probabilitas lebih besar dari nilai signifikansi ($0,5264 > 0,05$) dan memiliki nilai *t* hitung sebesar 0,638061 sehingga mendapatkan nilai *t* tabel sebesar 1,67065 artinya *t* hitung < *t* tabel ($0,638061 < 1,67065$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak. Hasil ini mengidentifikasi bahwa *Inventory Intensity* bukan merupakan prediktor yang dapat mempengaruhi Penghindaran Pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Arieftiara dkk (2020) yang membuktikan bahwa *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak.

Pengaruh Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan Inventory Intensity Terhadap Penghindaran Pajak

Hipotesis (H_4) dalam penelitian ini adalah Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak, dan hasil uji *F* (simultan) menunjukkan bahwa variabel Strategi Bisnis (X_1), Pertumbuhan Penjualan (X_2), dan *Inventory Intensity* secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Penghindaran Pajak (Y) pada perusahaan *consumer non cyclical* yang terpilih dalam penelitian ini dalam periode 5 tahun, dari tahun 2018-2022. Setelah dilakukan perhitungan pada regresi data panel menggunakan aplikasi *Eviews*, diperoleh nilai *F-statistic* sebesar 19,39477, dan nilai *F*-tabel nya sebesar 2,76, yang berarti *F-statistic* lebih besar dari *F*-tabel ($19,39477 > 2,75$). Dalam perhitungan pada regresi data panel juga diperoleh nilai prob (*F-statistic*) sebesar 0,000000, dan dimana nilai $0,000000 < 0,05$ yang mana dengan demikian maka hipotesis (H_4) diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Bisnis tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Penghindaran Pajak.
2. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Penghindaran Pajak.
3. *Inventory Intensity* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Penghindaran Pajak.

4. Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* berpengaruh secara simultan terhadap Penghindaran Pajak.

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menyadari masih banyak keterbatasan yang dialami, sehingga penulis menjelaskan perihal keterbatasannya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data laporan keuangan dari industri *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) saja.
2. Periode penelitian yang dilakukan hanya 5 tahun yaitu 2018-2022 periode yang sangat singkat.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel tentang pengaruh strategi bisnis, pertumbuhan penjualan, dan *inventory intensity* terhadap penghindaran pajak saja.

Peneliti memiliki beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data laporan keuangan dari sektor *consumer non cyclical* saja. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pada penelitian selanjutnya mengambil objek penelitian yang lebih luas mencakup sektor lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah tahun periode penelitian lebih dari 5 tahun.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah variabel selain pengaruh strategi bisnis, pertumbuhan penjualan, dan *inventory intensity* terhadap penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Z., Irawati, W., Wulandari, R., & Barli, H. (2020, Juli). Analisis Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 7, 190-199. Retrieved From [Http://Dx.Doi.Org/10.30656/Jak.V7i2.2307](http://dx.doi.org/10.30656/Jak.V7i2.2307)
- Anggraini, F., Astri, N. D., & Minovia, A. F. (2020, Juli). Pengaruh Strategi Bisnis, Capital Intensity Dan Ultinationality Terhadap Tax Avoidance. *Menara Ilmu*, Xiv, 36-45.
- Ariefiara, D., Juliana, D., & Nugraheni, R. (2020). Pengaruh Intensitas Modal,

- Pertumbuhan Penjualan, Dan CSR Terhadap Penghindaran Pajak. *Prosiding Biema, 1*, 1257 – 1271.
- Fatniasih, I. Y., & Yustrianthe, R. H. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Tax avoidance (Pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2019). *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5, 364-382.
- Fransiska, N., & Niandari, N. (2022, Juli). Profitabilitas, leverage, inventory, intensity ratio, dan praktek penghindaran pajak. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 2304-2314.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM EVIEWS 12*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hertati, L., & Lestari, R. (2020, Maret). Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 21, 01-16.
- Indrawan, I. A., & Sari, M. R. (2022, Oktober). Pengaruh kepemilikan instutional, capital intensity dan inventory intensity terhadap Tax Avoidance. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 4037-4049. Retrieved from DOI : <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1092>
- Jati, I. K., & Dwiyantri, I. I. (2019, Juni). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Inventory Intensity pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 2293-2321. Retrieved from DOI: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i03.p24>
- Khoiriyah, D., & Wardhani, D. K. (2019, April). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Akuntansi Dewantara*, 2, 25-36.
- Mahfudin, E., & Asri, A. A. (2021, Desember). Pengaruh Intensitas Aset Tetap Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5, 90-97.
- Nazir, N., & Tanjaya, C. (2021, September). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8, 189-208. Retrieved from Doi : <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v8i2.9260>
- Novelia, F., & Niandari, N. (2022, Juli). Profitabilitas, leverage, inventory, intensity ratio, dan praktek penghindaran pajak. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6, 2304-2314. Retrieved from <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.911>
- Ritnawati, E., & Herianti, E. (2021, April). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Dengan Kinerja Laba Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Properti, Real Estate Dan Konstruksi Bangunan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015 – 2019). *Jurnal Riset Bisnis*, 4, 173 – 184. doi:<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/>
- Rosandi, A. D. (2022, Februari). Pengaruh Profitabilitas, Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 08, 19-35.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yahya, A., Agustin, E. G., & Nurastuti, P. (2022, Agustus). Firm Size, Capital Intensity dan Inventory Intensity terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 4, 574-588. Retrieved from <http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/index>

<https://nasional.kontan.co.id/news/tax-justice-laporkan-bentoel-lakukan-penghindaran-pajak-indonesia-rugi-rp-14-juta>

<https://investasi.kontan.co.id/news/saham-consumer-non-cyclicals-melaju-ini-deretan-saham-jagoan-analis>

<https://idx.co.id>