

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 -2019)

Novi Yulia Utami^{1)*}

¹⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No.41, RT.002/RW.003, Karawaci, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten 15115

¹⁾noviyuliautami@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima 30 Oktober 2021;
Perbaikan 30 Oktober 2021;
Diterima 5 Desember 2021;
Tersedia online 15 Desember 2021

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Pertumbuhan Penjualan 1
Intensitas Modal 2
Ukuran Perusahaan 3
Agresivitas Pajak 4

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu sebanyak 31 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam Penelitian ini metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode purposive sampling yang menentukan kriteria-kriteria tertentu sehingga terdapat 8 perusahaan yang diuji selama 5 tahun sehingga total sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 40 sampel. Dalam penelitian ini sampel diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang diunduh melalui www.idx.co.id. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan program Statistical Package and Service Solution (SPSS) versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan iuran yang wajib dibayar kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung yang dimana pemungutannya berdasarkan undang-undang. Pemerintah terhadap penerimaan pajak merupakan pendapatan yang sebagian besar penerimaannya digunakan untuk membiayai kebutuhan dan keberlangsungan hidup negara sedangkan pelaku bisnis menganggap pajak merupakan beban yang harus dibayar yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan. Tingginya pendapatan pada suatu perusahaan maka semakin besar juga beban pajak yang harus di bayar. Tindakan manajemen pajak dilakukan guna untuk membuat perencanaan pajak pada perusahaan supaya dapat membayar pajak dengan jumlah yang minimal. Maka perusahaan lebih cenderung untuk membuat perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak (*tax planning*) merupakan upaya yang dilakukan guna untuk meminimalisasi utang pajak yang dibayar dimana masih diatur dalam undangundang perpajakan. Perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan tentu sangat menguntungkan bagi perusahaan karena dapat mengatur beban pajaknya sehingga pengeluaran yang dibayar menjadi lebih kecil dari jumlah yang seharusnya.

Faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak antara lain. Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan dan penurunan penjualan yang dilihat dari periode saat ini dan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan perusahaan dapat memprediksi seberapa besar keuntungan yang diperolehnya, karena peningkatan pertumbuhan penjualan akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Laba yang besar menunjukkan beban pajak yang dibayar juga akan besar dan hal tersebut memungkinkan manajemen perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak dengan mencari peluang-peluang yang ada dalam undang-undang perpajakan.

Intensitas modal merupakan dimana perusahaan melakukan aktivitas investasi pada aktiva tetapnya. Intensitas modal menunjukkan seberapa besar tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk penjualan. Apabila aset tetap yang dimiliki perusahaan semakin besar nilainya maka nilai penyusutannya juga akan semakin besar maka perusahaan akan mengalami penurunan laba dengan begitu beban pajak akan mengalami penurunan juga. Penurunan laba yang disebabkan oleh depresiasi itulah yang banyak dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak.

Ukuran perusahaan merupakan presentase yang menunjukkan besar dan kecilnya suatu perusahaan, untuk mengukur besar dan kecilnya suatu perusahaan yaitu dengan menunjukkan total aset dan total penjualan perusahaan. Perusahaan dikatakan besar apabila aset yang dimiliki perusahaan juga besar nilainya, aset yang besar menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi laba perusahaan sehingga beban pajak perusahaan menjadi lebih besar Sedangkan penjualan yang tinggi dapat menghasilkan laba yang tinggi dan beban pajak yang tinggi juga hal itu yang memicu perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Prihadi (2019) laporan keuangan merupakan hasil dari kegiatan pencatatan seluruh transaksi keuangan perusahaan. Transaksi keuangan merupakan suatu kegiatan seperti penjualan dan pembelian yang bisa mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan. Menurut Kariyoto (2017:21) laporan keuangan merupakan informasi yang menunjukkan kondisi perusahaan yang ditujukan untuk pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan. Herry (2021:3) mengemukakan laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang berisi data keuangan atau aktivitas perusahaan untuk pihak-pihak yang berkepentingan

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2016:107) adalah “Pertumbuhan penjualan yaitu untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan dalam meningkatkan penjualannya yang dapat dibandingkan dengan total penjualan keseluruhan”. Menurut Fabozzi dalam satriana (2017:20) mendefinisikan “Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan naik dan turunnya penjualan yang dilihat dari laporan keuangan tahunan. Pertumbuhan yang meningkat menandakan bagaimana kinerja perusahaan beroperasi dengan baik dengan menunjukkan hasil dari penjualannya yang diatas rata-rata. Pertumbuhan penjualan diatas rata-rata tentu dapat meningkatkan pangsa pasar”. Menurut Menurut Margaretha & Jenni (2019) pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Pertumbuhan penjualan memiliki peranan yang penting yaitu guna untuk mendapatkan gambaran baik atau buruknya tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Perusahaan dapat memperkirakan berapa besar keuntungan yang akan diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan maka akan cenderung membuat perusahaan memperoleh laba yang besar, oleh karena itu perusahaan akan cenderung untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Intensitas Modal

Muzakki & Darsono (2015) Intensitas modal merupakan besarnya modal yang dimiliki perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. Menurut Mustika (2017) capital intensity atau intensitas modal merupakan seberapa besar perusahaan mengeluarkan dana untuk pendanaan aktiva seperti aktivitas operasi perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan meningkatnya aset tetap perusahaan maka akan meningkat juga produktivitas perusahaan sehingga laba yang diperoleh juga akan meningkat. Rifai dan Atiningsih (2019) mengemukakan intensitas modal adalah untuk mengetahui seberapa besar perusahaan melakukan investasi pada aktiva tetap. Pada prefensi pajak, aset tetap mempunyai periode manfaat tertentu yang dimana manfaat itu mempunyai perhitungan lebih cepat dari periode manfaat yang diestimasi oleh perusahaan. Perusahaan diperbolehkan untuk melakukan penyusutan pada asetnya yang sejalan dengan kebijakan perusahaan dalam memprediksi periode manfaatnya. Konsekuensinya yaitu adanya perhitungan antara pihak akuntan dan perpajakan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Herry (2017:11) ukuran perusahaan merupakan suatu perbedaan besar dan kecilnya usaha organisasi atau perusahaan. Nugraha (2015) mengatakan bahwa ukuran perusahaan sebagai salah satu ciri perusahaan yang paling penting. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang dibagi berdasarkan besar dan kecilnya perusahaan dan bisa menunjukkan pendapatan dan aktivitas perusahaan. Trisna Yudi Asri dan Suardana (2016:83) mendefinisikan ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai aset merupakan sebagai salah satu proksi dari variabel ukuran perusahaan yang menandakan bahwa perusahaan yang besar diidentikkan dengan kepemilikan aset yang besar juga nilainya, dimana hal tersebut mempunyai pengaruh terhadap keputusan perusahaan.

Agresivitas Pajak

Menurut Mustika (2017) agresivitas pajak merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mengurangi jumlah pajaknya dengan dilakukan perencanaan pajak baik secara legal dan illegal. Penghindaran pajak menurut Pohan (2014:23) merupakan cara yang dilakukan oleh wajib pajak secara aman yaitu dengan tidak melanggar dari undang-undang perpajakan yang berlaku atau secara legal, dimana cara-cara yang digunakan dengan memanfaatkan kelemahan (grey area) yang ada dalam undang-undang perpajakan, yang digunakan untuk mengurangi utang pajaknya. Kuriah & Asyik (2016:4) mengemukakan agresivitas pajak merupakan kegiatan penghindaran pajak yang dimana banyak perusahaan yang terlibat dalam usaha untuk mengurangi tingkat pajak menjadi lebih efektif. Perencanaan pajak yaitu metode pengendalian tindakan supaya bebas dari dampak pengenaan pajaknya.

Tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk “melihat kembali” (re + view) pada apa yang telah dilakukan peneliti lain mengenai topik tertentu (Leedy & Ormrod 2005:70). Tinjauan pustaka adalah sarana dan tujuan, yaitu untuk memberikan latar belakang dan berfungsi sebagai motivasi untuk tujuan dan hipotesis yang memandu penelitian Anda sendiri (Perry et al. 2003:660)

III. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempunyai pengaruh terhadap variabel yang diteliti yaitu pertumbuhan penjualan, intensitas modal, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak. Data dalam laporan keuangan diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019 yaitu sebanyak 31 perusahaan. Peneliti menerapkan teknik pemilihan data secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

Pertumbuhan penjualan

Merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dalam meningkatkan penjualannya yang dapat dibandingkan dengan total penjualan keseluruhan. Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t - 1}{\text{Penjualan Tahun } t - 1}$$

Intensitas Modal

Merupakan seberapa besar perusahaan mengeluarkan dana untuk pendanaan aktiva tetapnya untuk memperoleh keuntungan. Dengan meningkatnya aset tetap maka semakin tinggi tingkat produktivitas perusahaan sehingga berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Intensitas modal dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Intensitas Modal} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Ukuran Perusahaan

Salah satu ciri perusahaan yang paling penting. Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang dibagi berdasarkan besar dan kecilnya perusahaan yang bisa menunjukkan pendapatan dan aktivitas perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari ln total penjualan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{ Total Penjualan}$$

Agresivitas Pajak

Dalam penelitian ini agresivitas pajak diukur dengan menggunakan rumus *Effective Tax Rate* (ETR). ETR adalah untuk mengukur tingkat efektif pajak penghasilan yang dibayar suatu perusahaan dengan beban pajak penghasilan dan laba sebelum pajak. ETR dapat dihitung sebagai berikut:

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

IV. HASIL

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini perusahaan yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*, yaitu terdapat 31 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dari 31 perusahaan terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria yang dapat dijadikan sampel penelitian yang akan diuji selama 5 tahun.

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan uji yang menjelaskan terhadap data yang diteliti. Uji statistik deskriptif yaitu untuk menguji nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maksimum), nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi (standard deviation).

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_Pert_Penjualan	40	.0005	.2904	.099581	.0754669
X2_Intensitas_Modal	40	.2810	.6736	.494824	.1062742
X3_Uk_Perusahaan	40	27.3368	31.9695	29.909443	1.5098176
Y_Agresivitas_Pajak	40	.1608	.4347	.256271	.0547784
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel hasil uji statistik deskriptif pertumbuhan penjualan (X1) memiliki nilai rata-rata 0,99581, standar deviasi dengan nilai 0,0754669, nilai terendah dengan nilai 0,0005 dan nilai tertinggi dengan nilai 0,2904. Intensitas modal (X2) memiliki nilai rata-rata 0,494824, standar deviasi dengan nilai 0,1062742, nilai terendah dengan nilai 0,2810 dan nilai tertinggi dengan nilai 0,6736. Ukuran perusahaan (X3) yang diprosikan LN total penjualan memiliki nilai rata-rata 29.909443, standar deviasi dengan nilai 1,5098176, nilai terendah dengan nilai 27,3368 dan nilai tertinggi dengan nilai 31,9695. Agresivitas pajak (Y) yang diprosikan dengan ETR memiliki nilai rata-rata 0,256271, standar deviasi dengan nilai 0,0547784, nilai terendah dengan nilai 0,1608 dan nilai tertinggi dengan nilai 0,4347.

Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk menguji data apakah berdistribusi normal atau tidak, yaitu menggunakan uji normalitas menurut *kolmogrov-smirnov* dengan nilai signifikasi $> 0,05$ data berdistribusi normal dan $< 0,05$ data tidak berdistribusi normal.

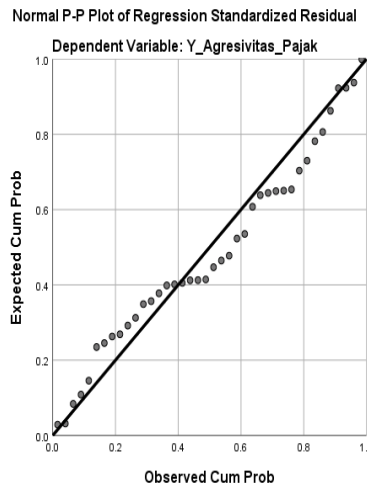
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04393264
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.101
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.195 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas menurut *Kolmogrov-smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,195 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikasi 0,05 artinya data-data yang dimiliki dalam variabel penelitian yaitu pengaruh pertumbuhan penjualan, intensitas modal, ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak

pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2015-2019 mempunyai data yang berdistribusi normal sehingga layak untuk dilakukan penelitian.

Uji Grafik P-Plot



Berdasarkan grafik P-Plot dapat menunjukkan bahwa titik-titik menyebar tidak terlalu jauh dari arah garis dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga grafik diatas dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian yaitu pengaruh pertumbuhan penjualan, intensitas modal, ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2015-2019 berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi kolerasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi terjadi atau tidak terjadi kolerasi maka dapat dilihat dari nilai tolerance lebih besar 0,10 dan VIF (*variance Infation Factor*) lebih kecil dari 10.00.

Coefficients^a

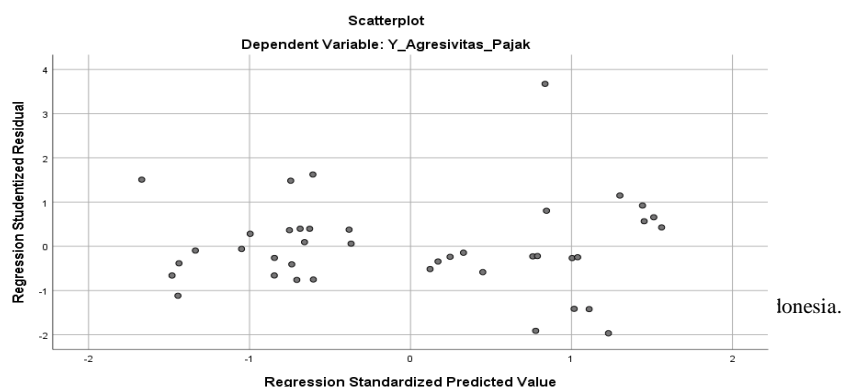
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1_Pert_Penjualan	.981	1.020
	X2_Intensitas_Modal	.986	1.015
	X3_Uk_Perusahaan	.988	1.012

a. Dependent Variable: Y_Agresivitas_Pajak

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 (Pertumbuhan penjualan 0,981 ; Intensitas modal 0,986 ; Ukuran perusahaan 0,988) dan nilai VIP lebih kecil dari 10.00 (Pertumbuhan penjualan 1,020 ; Intensitas modal 1,015 ; Ukuran perusahaan 1,012). Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Indonesia.

Berdasarkan hasil uji gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini yaitu pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan ukuran perusahaan perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2015-2019 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi kolerasi antar variabel pengganggu pada periode t dengan variabel pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya.

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.597 ^a	.357	.0457265	2.201

- a. Predictors: (Constant), X3_Uk_Perusahaan, X2_Intensitas_Modal, X1_Pert_Penjualan
- b. Dependent Variable: Y_Agresivitas_Pajak

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson* menunjukkan nilai 2,201 yang akan dibandingkan dengan tabel signifikasi 5% dengan jumlah sampel 40 (n) dan jumlah variable independen K=3 maka memperoleh nilai DU 1,6589. Dapat disimpulkan nilai DW 2,201 lebih besar dibandingkan dengan nilai DU 1,6589 atau nilai DW harus lebih kecil dari (4 - DU) sehingga DW 2,201 lebih kecil dari 4 - 1,6589 = 2,3411 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih, yang menunjukkan arah hubungan antara variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan ukuran perusahaan dan variabel dependen yaitu agresivitas pajak.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-.397	.150		-2.655	.012
X1_Pert_Penjualan	-.012	.098	-.016	-.119	.906
X2_Intensitas_Modal	.036	.069	.071	.525	.603
X3_Uk_Perusahaan	.021	.005	.587	4.365	.000

- a. Dependent Variable: Y_Agresivitas_Pajak

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda diatas maka dapat disimpulkan rumusnya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,397 - 0,12 X_1 + 0,036 X_2 + 0,21 X_3 + e$$

- a Nilai konstanta (α) pada hasil uji diatas bernilai negatif yaitu -0,397 artinya semua variabel independen (pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan ukuran perusahaan) konstan atau bernilai 0 maka nilai agresivitas pajak menurun sebesar -0,397. Dalam penelitian ini nilai konstanta memiliki nilai yang negatif maka tidak akan menjadi nilai slop atau nol dan tidak terjadi permasalahan dikarenakan data dalam penelitian sudah berdistribusi normal.
- b Variabel pertumbuhan penjualan (X1) menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,012 artinya setiap pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka mengakibatkan penurunan agresivitas pajak sebesar -0,12. Koefisien pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai yang negative artinya hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan agresivitas pajak bernilai negatif.
- c Variabel intensitas modal (X2) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,036 artinya setiap intensitas modal mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka mengakibatkan kenaikan agresivitas pajak sebesar 0,036. Koefisien Intensitas modal menunjukkan nilai yang positif artinya hubungan antara intensitas modal dengan agresivitas pajak bernilai positif.

- d Variabel ukuran perusahaan (X3) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,021 artinya setiap ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka mengakibatkan kenaikan agresivitas pajak sebesar 0,021. Koefisien ukuran perusahaan menunjukkan nilai yang positif artinya hubungan antara ukuran perusahaan dengan agresivitas pajak bernilai positif.

Uji Hipotesis Analisis Parsial (t)

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2018:99). Untuk menguji statistik t nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.397	.150		-2.655	.012
X1_Pert_Penjualan	-.012	.098	-.016	-.119	.906
X2_Intensitas_Modal	.036	.069	.071	.525	.603
X3_Uk_Perusahaan	.021	.005	.587	4.365	.000

a. Dependent Variable: Y_Agresivitas_Pajak

1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pertumbuhan penjualan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,906 dan t hitung sebesar -0,119. T tabel diperoleh angka dari baris derajat kebebasan (df), dalam penelitian ini nilai df yaitu $40-3-1 = 36$ maka memperoleh angka t tabel yaitu 2,028. Artinya nilai signifikansi $0,906 > 0,05$ dan nilai t hitung $<$ nilai t tabel yaitu $-0,119 < 2,028$. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak artinya pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Maka H1 ditolak.

2 Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) intensitas modal memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,063 dan t hitung sebesar 0,525. Artinya nilai signifikansi $0,063 > 0,05$ dan nilai t hitung $<$ nilai t tabel yaitu $0,525 < 2,028$. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa intensitas modal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak artinya intensitas modal pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Maka H2 ditolak.

3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 4,365. Artinya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $>$ nilai t tabel yaitu $4,365 > 2,028$. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap agresivitas pajak artinya ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Maka H3 diterima

V. KESIMPULAN

1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Agresivitas Pajak

Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi 0,906 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung yaitu sebesar -0,119 lebih rendah dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,028.

2 Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak

Intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Hasil

analisis menunjukkan nilai signifikansi 0,063 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung yaitu sebesar 0,525 lebih rendah dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,028.

3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05 dan nilai t hitung yaitu sebesar 4,365 lebih tinggi dari t tabel yaitu sebesar 2,028.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan* (2 ed.). Prenada Media.
- Kariyoto. (2017). *Analisa Laporan Keuangan*. UB Media.
- Herry. (2017). *Kajian Riset Akuntansi mengulas hasil penelitian terkini dalam bidang akuntansi dana keuangan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Prihadi, T. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Muzakki, M. R., & Darsono. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(3), 445-452.
- Rifai, A., & Atiningsih, S. (2019). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Capital Intensity, Manajemen Laba Terhadap Penghindaran Pajak. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(2), 135-142. <https://doi.org/10.35829/econbank.v1i2.48>
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak. *JOMFekom*, 4(1), 1960-1970. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/289>
- Trisna Yudi Asri, I., & Suardana, K. (2016). Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Komite Audit, Preferensi Risiko Eksekutif Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(1), 72-100.
- Nugraha, N. B. (2015). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN CAPITAL INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013). *Nugraha, Nova Bani*, 4(4), 564-577.
- Mustika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Agresivitas Pajak. *JOMFekom*, 4(1), 1960-1970. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/289>
- Pohan, C. A. (2014). *Manajemen perpajakan Strategi Perencanaan Perpajakan dan Bisnis* (2nd ed.). PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kuriyah, H. L., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(3), 1-19.
- Margaretha, M., & Jenni. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*. 2, 1-14.
- www.idx.co.id.