

**PENGARUH INTENSITAS MODAL, PERTUMBUHAN
PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN STRATEGI
BISNIS TERHADAP PRAKTIK PENGHINDARAN PAJAK**

**(Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang
Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019 – 2023)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Akuntansi Syariah



Oleh :

LUTFI AZIZAH

NIM : 2105046013

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n Lutfi Azizah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimnaskah skripsi saudara:

Nama : Lutfi Azizah

NIM : 2105046013

Jurusan : Akuntansi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Strategi Bisnis Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2020 – 2023)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Semarang, 20 Maret 2025

Pembimbing I

Warno, SE., M.Si

NIP. 198307212015031002

Pembimbing II

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si

NIP. 198607182019031007

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Lutfi Azizah
NIM : 2105046013
Judul : PENGARUH INTENSITAS MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP PRAKTIK PENGHINDARAN PAJAK
(Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019-2023)

Telah dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik, pada tanggal : 23 April 2025

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 29 April 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I
NIP. 19890924201903018

Penguji I

Dr. Wasvith Lc., MEI
NIP. 198204182015031002

Pembimbing I

Warno, SE., M.Si
NIP. 198307212015031002

Sekretaris Sidang

Warno, SE., M.Si
NIP. 198307212015031002

Penguji II

Tri Widvastuti Ningsih, S.E.I., M. Ak
NIP. 198710102019032017

Pembimbing II

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M. Si
NIP. 198607182019031007



PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lutfi Azizah

Nim : 2105046013

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Akuntansi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Strategi
Bisnis Terhadap Praktik Penghindaran Pajak
(Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham
Syariah Indonesia Tahun 2019 – 2023)**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya

Semarang, 24 Maret 2025

Pembuat Pernyataan



Lutfi Azizah

MOTTO

دَرَجَاتٍ الْعِلْمِ أُوتُوا وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعِ

Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kalian dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat
(QS. Al-Mujadilah: 11)

"Today's struggle is tomorrow's success."

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur dan ketulusan, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai bukti dari setiap perjuangan, pengorbanan, dan doa yang telah menyertai hingga titik ini. Setiap prosesnya penuh dengan peluh, lelah, dan air mata, tetapi juga dipenuhi dengan doa dan harapan yang tak pernah padam. Oleh karena itu, skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Segala puji bagi-Mu Ya Allah, Tuhan semesta alam. Engkau adalah sumber kekuatan dalam setiap langkahku, tempatku bersandar saat lelah, dan cahaya yang menerangi di saat aku ragu. Tanpa pertolongan-Mu peneliti tidak akan mampu menyelesaikan perjalanan ini. Semoga ilmu yang kudapat bisa menjadi berkah dan bermanfaat, serta mendekatkanku kepada ridho-Mu.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Masngudin dan Ibu Juwarni. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besarnya cinta dan terima kasihku kepada kalian. Kalian adalah alasan utama aku bisa bertahan dan berjuang hingga akhir. Doa-doa kalian yang tak pernah putus selalu mengiringi setiap usahaku, kasih sayang yang tiada henti, serta dukungan yang tak terhingga adalah alasan aku bisa berdiri sampai di titik ini. Semoga sedikit pencapaian ini bisa menjadi kebanggaan untuk kalian dan bukti bahwa setiap jerih payah serta pengorbanan yang telah kalian berikan tidak akan pernah sia-sia, meskipun tidak akan pernah bisa membalas semua yang telah kalian berikan.
3. Kakak-kakak tercinta, Mas Dimas, Mas Yoga, dan Mbak Lastri. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu mendukung, menyemangati, dan menasihati adik kalian dalam setiap proses. Motivasi dan dukungan kalian telah menjadi penguat adikmu saat hampir menyerah.
4. Sahabatku Mr. Warno Squad, Ifki dan Dea. Terima kasih telah hadir dalam perjalanan ini, menjadi teman yang selalu ada di saat suka maupun duka. Terima kasih untuk setiap tawa yang mengurangi beban dalam penulisan skripsi ini, setiap semangat yang kalian berikan, serta setiap momen yang telah kita lalui bersama.

5. Sahabat tercinta yang menemani selama masa perkuliahan ini, Dea, Ifki, wulan, Aulia, dan Lina. Kalian adalah keluarga kedua yang membuat perjuangan ini terasa lebih ringan. Tanpa kalian perjalanan ini mungkin terasa lebih sepi dan sulit. Semoga persahabatan kita tetap terjaga selamanya.
6. Untuk diriku sendiri. Terima kasih karena telah bertahan di saat sulit. Aku bangga telah melewati setiap rintangan, belajar dari setiap kesalahan, dan terus berjuang hingga akhirnya bisa sampai di titik ini. Perjalanan ini belum usai, tetapi aku tahu bahwa aku jauh lebih kuat dari yang aku kira.

Skripsi ini bukan hanya sekadar lembaran kertas dan tulisan, tetapi juga menjadi bukti dari perjuangan, pengorbanan, dan doa yang telah menyertainya. Semoga ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik dan menjadi ilmu yang bermanfaat bagi diri sendiri serta orang lain.

Semarang, 24 Maret 2025

Penulis



Lutfi Azizah

NIM 2105046013

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran, dan kerendahan hati serta tanggung jawab penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Strategi Bisnis Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019 – 2023)”** tidak berisikan materi yang sudah pernah diteliti oleh orang lain atau diterbitkan oleh pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, namun mengandung pemikiran para pakar dan ahli yang dijadikan referensi dalam penulisan skripsi ini.

Semarang, 24 Maret 2025

Deklarator



Lutfi Azizah

NIM. 2105046013

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

ا	alif	خ	kha	ش	syin	غ	gain	ن	nun
ب	ba	د	dal	ص	ṣad	ف	fa	و	wau
ت	ta	ذ	ẓal	ض	ḍad	ق	qaf	هـ	ha
ث	ṣa	ر	ra	ط	ṭa	ك	kaf	ء	hamzah
ج	jim	ز	zai	ظ	ẓa	ل	lam	ي	ya
ح	ḥa	س	sin	ع	‘ain	م	mim		

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ا...ى	Fathah dan ya	ai	a dan i
ا...و	Fathah dan wau	au	a dan u

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ا...إ	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
ا...و	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

d) Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid misalnya (ربنا - rabbanā)

e) Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

f) Ta'Marbuthah

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan "h" misalnya لَمْ يَشْأَلْ ط ب يَعْ يَ = alma'isyah al-thabi'iy

ABSTRAK

Pajak merupakan sumber utama pendapatan negara yang berperan penting dalam membiayai pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, praktik penghindaran pajak oleh perusahaan menjadi tantangan dalam optimalisasi penerimaan negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap praktik penghindaran pajak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan regresi linear berganda. Data yang digunakan merupakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019–2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 18 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis melalui regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel intensitas modal berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap penghindaran pajak. Variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap penghindaran pajak. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Variabel strategi bisnis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penghindaran pajak.

Kata Kunci : Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Strategi Bisnis, Penghindaran Pajak

ABSTRACT

Tax is the main source of state revenue that plays an important role in financing development and improving people's welfare. However, tax avoidance practices by companies are a challenge in optimizing state revenues. This study aims to analyze the effect of capital intensity, sales growth, company size, and business strategy on tax avoidance practices. This study uses a quantitative method with a multiple linear regression approach. The data used are secondary data from the financial statements of non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) for the 2019–2023 period. The sampling technique uses the purposive sampling method with a sample size of 18 companies. Data analysis was carried out using descriptive statistical tests, classical assumption tests, and hypothesis testing through multiple linear regression with the help of SPSS software. The results of this study indicate that the capital intensity variable has a negative and insignificant effect on tax avoidance. The sales growth variable has a negative and insignificant effect on tax avoidance. The company size variable has a positive and significant effect on tax avoidance. The business strategy variable has a negative and insignificant effect on tax avoidance.

Keywords: Capital Intensity, Sales Growth, Company Size, Business Strategy, Tax Avoidance

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan taufik-Nya. Shalawat dan salam senantiasa kita curahkan kepada junjungan kita agung Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran perusahaan, dan Strategi Bisnis Terhadap Praktik Penghindaran Pajak (Studi Empiris Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019 – 2023) “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Sehingga pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni , M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
3. Bapak Warno, SE, M.Si., selaku Kepala Program Studi Akuntansi Syariah dan Ibu Naili Sa'adah, SE. M.Si., Ak, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Syariah.
4. Ibu Dr. Ari Kristin P., SE, M.Si., selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
5. Bapak Warno, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan serta motivasinya dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan serta motivasinya dalam penyusunan skripsi.
7. Dosen, pegawai, dan segenap jajaran civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama proses perkuliahan
8. Bapak Masngudin dan Ibu Juwarni selaku orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, semangat, nasihat, dan dukungan secara materil maupun non-materil.
9. Seluruh keluarga besar prodi Akuntansi Syariah 2021 yang telah menjadi teman seperjuangan dan teman belajar dari awal semester hingga sekarang.
10. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan yang telah membantu penyusunan dan penulisan skripsi

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Akuntansi Syariah.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga segala amal baik yang telah diberikan memperoleh balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 24 Maret 2025

Penulis



Lutfi Azizah

NIM 2105046013

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	I
PENGESAHAN	II
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	III
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN.....	V
DEKLARASI.....	VII
PEDOMAN TRANSLITERASI	VIII
ABSTRAK.....	X
ABSTRACT.....	XI
KATA PENGANTAR	XII
DAFTAR ISI.....	XIV
DAFTAR TABEL.....	XVII
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIX
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	12
2.1.2 Pajak.....	15
2.1.3 Pajak dalam Islam	18
2.1.4 Penghindaran Pajak.....	21
2.1.5 Intensitas Modal.....	26
2.1.6 Pertumbuhan Penjualan.....	29

2.1.7	Ukuran Perusahaan	32
2.1.8	Strategi Bisnis	35
2.2	Penelitian Terdahulu	42
2.3	Hipotesis.....	48
2.3.1	Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak	48
2.3.2	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak.....	49
2.3.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.....	51
2.3.4	Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak	52
2.4	Kerangka Berpikir.....	54
BAB III		55
METODE PENELITIAN.....		55
3.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian	55
3.2	Populasi dan Sampel	55
3.2.1	Populasi.....	55
3.2.2	Sampel.....	57
3.3	Metode Pengumpulan Data	59
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran	60
3.4.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	60
3.5	Teknik Analisis Data.....	63
3.5.1	Statistik Deskriptif	63
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.5.4	Uji Hipotesis	66
BAB IV		69
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.2	Deskriptif Variabel.....	72
4.2.1	Intensitas Modal	72
4.2.2	Pertumbuhan Penjualan.....	74
4.2.3	Ukuran Perusahaan.....	76
4.2.4	Strategi Bisnis	78
4.2.5	Penghindaran Pajak.....	80
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	82
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	86

4.3.1 Uji Normalitas	86
4.3.2 Uji Multikolinearitas	88
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	89
4.3.4 Uji Autokorelasi	91
4.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	92
4.5 Uji Hipotesis	95
4.5.1 Uji F	95
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	96
4.5.3 Uji Statistik T	97
4.6 Pembahasan.....	99
4.6.1 Pengaruh Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak	99
4.6.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak	101
4.6.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak	103
4.6.4 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Penghindaran Pajak.....	104
BAB V	107
KESIMPULAN.....	107
5.1 KESIMPULAN.....	107
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN.....	108
5.3 SARAN	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak (dalam miliar rupiah)	1
Tabel 2. 1 Pemberian Skor Rasio.....	40
Tabel 2. 2 Penentuan Strategi	40
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Daftar Populasi Penelitian.....	56
Tabel 3. 2 Pemilihan Sampel Penelitian	58
Tabel 3. 3 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	59
Tabel 3. 4 Ringkasan Variabel dan Pengukuran	60
Tabel 4. 1 Pemilihan Sampel Penelitian	70
Tabel 4. 2 Daftar Perusahaan yang Memenuhi Kriteria.....	71
Tabel 4. 3 CIR Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Tahun 2019-2023	73
Tabel 4. 4 SG Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Tahun 2019-2023.....	75
Tabel 4. 5 SIZE Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Tahun 2019-2023	77
Tabel 4. 6 SB Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Tahun 2019-2023.....	79
Tabel 4. 7 CETR Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> Tahun 2019-2023	81
Tabel 4. 8 Uji Statistik Deskriptif	83
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	87
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	90
Tabel 4. 12 Uji Autokorelasi.....	92
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4. 14 Uji Signifikansi Secara Simultan	95
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Tabel 4. 16 Uji Signifikansi Secara Parsial.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Tax Ratio Indonesia Tahun 2019 – 2023.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 4. 1 Uji Normalitas: Grafik Normal P-Plot	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Daftar Hasil Pengolahan Data CIR.....	116
Lampiran 1. 2 Daftar Hasil Pengolahan Data SG	118
Lampiran 1. 3 Daftar Hasil Pengolahan Data SIZE	120
Lampiran 1. 4 Daftar Hasil Pengolahan Data SB	123
Lampiran 1. 5 Daftar Hasil Pengolahan Data CETR.....	135
Lampiran 1. 6 Uji Statistik Deskriptif.....	138
Lampiran 1. 7 Uji Normalitas	138
Lampiran 1. 8 Uji Multikolinearitas	139
Lampiran 1. 9 Uji Heteroskedastisitas	140
Lampiran 1. 10 Uji Autokorelasi	141
Lampiran 1. 11 Uji Regresi Linear Berganda	141
Lampiran 1. 12 Uji F.....	142
Lampiran 1. 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	142
Lampiran 1. 14 Uji Signifikansi Individul (Uji t)	142

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Kontribusi sektor pajak sangat besar dan meningkat setiap tahunnya sebagai sumber pendapatan negara. Negara menggunakan pajak sebagai alat untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, seperti mendanai pembangunan daerah dan pusat, membiayai anggaran pendidikan dan kesehatan, membangun fasilitas umum, dan untuk kegiatan produktif lainnya.¹ Pembayaran pajak ini menjadi fenomena yang penting bagi pemerintah. Berikut data realisasi penerimaan pajak dalam APBN yang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak (dalam miliar rupiah)

Tahun	Target Penerimaan Pajak	Realisasi Penerimaan Pajak	Persentase (%) Pencapaian
2016	1.539.166,20	1.284.970,10	83,48 %
2017	1.472.709,90	1.343.529,80	91,23 %
2018	1.618.095,50	1.518.789,80	93,86 %
2019	1.786.378,70	1.546.141,00	86,55 %
2020	1.404.507,50	1.285.136,30	91,5 %
2021	1.409.580,90	1.474.145,70	104,58 %
2022	1.704.958,00	1.943.654,80	114 %
2023	1.963.482,50	2.089.718,30	106,43 %

Sumber : <https://www.kemenkeu.go.id/>

¹ Faricha Aulia Ananda, Ratna Herawati, and Almira Santi Samasta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak," *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 4 (May 2023): 215–25.

Dalam tabel tersebut, disajikan data realisasi penerimaan pajak dan target penerimaan pajak yang mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa penerimaan pajak yang diharapkan oleh pemerintah masih belum tercapai. Dalam mewujudkan target penerimaan pajak, perusahaan menjadi pihak yang paling besar dalam memberikan kontribusi. Namun, penerimaan pajak belum optimal salah satunya disebabkan karena adanya aktivitas perusahaan dalam mengurangi beban pajak yang dikeluarkan kepada negara yang akan bertujuan untuk meningkatkan laba setelah pajak perusahaan. Salah satunya adalah dengan melakukan *tax avoidance* atau penghindaran pajak.²

Bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai beban yang dapat mengurangi profitabilitas, sehingga bertentangan dengan tujuan utama perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan. Salah satu strategi yang digunakan untuk menekan kewajiban pajak adalah penghindaran pajak, yang merupakan praktik legal dalam mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan. Di Indonesia, masih banyak wajib pajak yang menerapkan strategi ini dengan memanfaatkan celah dalam regulasi perpajakan.

Penghindaran pajak dilakukan tanpa melanggar peraturan perundang-undangan, misalnya dengan menekan laba usaha atau mengurangi jumlah pajak terutang melalui mekanisme yang sah dalam sistem perpajakan. Fenomena ini dapat diamati melalui rasio pajak (*tax ratio*) suatu negara, yang mengukur efektivitas pemerintah dalam mengumpulkan pendapatan pajak serta kemampuannya menyerap kembali Produk Domestik Bruto (PDB) dalam bentuk penerimaan pajak.³ Dalam menentukan rasio pajak yaitu membagi antara jumlah pendapatan pajak pusat dengan Produk Domestik Bruto (PDB). Semakin tinggi rasio pajak, maka semakin besar penghasilan

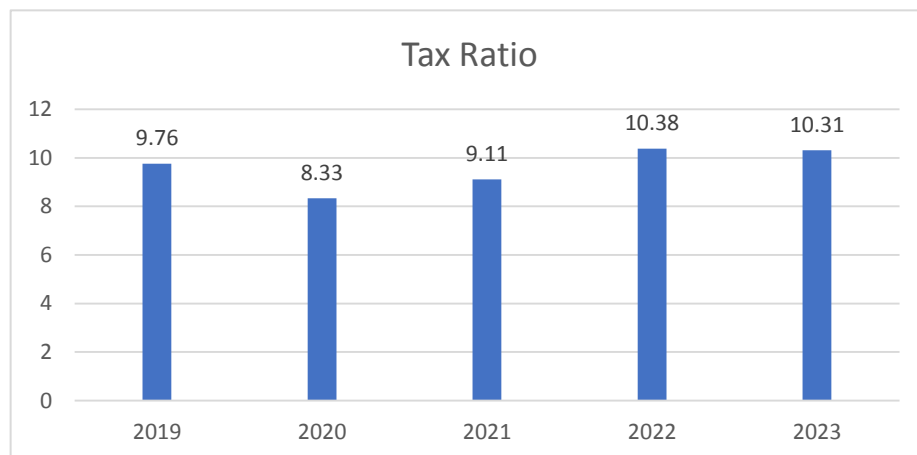
² Warno Warno and Ulul Fahmi, "Pengaruh Tax Avoidance Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ45," *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi* 11, no. 2 (2020): 188–201.

³ I Gede Hendy Darmawan and I Made Sukartha, "Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return on Assets, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2014, 143–61.

masyarakat yang masuk ke dalam penerimaan pajak. Berikut data rasio pajak Indonesia tahun dari tahun 2019 – 2023.

Gambar 1.1

Grafik Tax Ratio Indonesia Tahun 2019 – 2023



Sumber : *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Pajak*

Dari data di atas menunjukkan pada tahun 2019, rasio pajaknya yaitu 9,76. Tahun 2020 rasio pajak menurun menjadi yang paling rendah yaitu 8,33. Pada tahun 2021 dan 2022 rasio pajak semakin meningkat. Namun pada tahun 2023 rasio pajak menurun lagi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rasio pajak di Indonesia mengalami tren yang fluktuatif.

Persentase pajak di Indonesia ini tergolong masih rendah dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya. Pada tahun 2022 dengan besar tax ratio 10,38%, Indonesia menempati posisi ketujuh dari 10 (sepuluh) negara ASEAN. Adapun negara ASEAN dengan tax ratio terbesar dipegang oleh Thailand dengan capaian 17,18%, disusul dengan Vietnam dengan rasio pajak sebesar 16,21%, dan posisi ketiga yang ditempati oleh Singapura dengan rasio pajak sebesar 12,96%.⁴

⁴ Shaheila Roeswan, “Lihat Perbandingan Tax Ratio Indonesia Per Tahun Dan Antarnegara ASEAN Lainnya,” 2023, <https://www.mib.group/news/lihat-perbandingan-tax-ratio-indonesia-per-tahun-dan-antarnegara-asean-lainnya#:~:text=Tax ratio sendiri secara umum,pajak sebesar 12%2C96%25>.

Pemerintah terus berusaha meningkatkan penerimaan pajak secara berkelanjutan, namun upaya tersebut masih belum optimal. Berdasarkan laporan *Tax Justice Network*, Indonesia mengalami kehilangan penerimaan pajak sekitar US\$ 4,86 miliar per tahun, atau sekitar Rp 68,7 triliun (dengan kurs Rp 14.149 per dolar AS), akibat praktik penghindaran pajak. Laporan berjudul *The State of Tax Justice 2020* mengungkapkan bahwa sebagian besar kerugian ini disebabkan oleh Wajib Pajak badan yang menghindari pajak, dengan nilai mencapai US\$ 4,78 miliar atau Rp 67,6 triliun. Sementara itu, penghindaran pajak oleh Wajib Pajak orang pribadi menyumbang kerugian sebesar US\$ 78,83 juta atau sekitar Rp 1,1 triliun.⁵

Dilansir dari Britannica, pada tahun 2016 terjadi kasus panama paper, dimana terjadi kebocoran dokumen mengenai transaksi keuangan. Dokumen tersebut berisi daftar klien-klien besar di dunia yang diduga disembunyikan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar perusahaan. Dalam eksekusi kasus penggelapan pajak, 11,5 juta dokumen dibocorkan.⁶ Dilansir dari gresnews tahun 2013, salah satu kasus penghindaran pajak di perusahaan *consumer non-cyclicals* yaitu perusahaan yang bergerak dalam penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Perusahaan menerapkan praktik penghindaran pajak dengan mendirikan entitas bisnis baru dan memindahkan aset, hutang, serta operasional divisi noodle (pabrik mi instan) kepada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk menghindari pajak sebesar Rp 1,3 miliar.⁷ Dilansir dari JPNN, kasus penghindaran pajak juga terjadi pada PT. Unilever pada tahun 2015 yang melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan

⁵ Fatimah, "Dampak Penghindaran Pajak Indonesia Diperkirakan Rugi Rp 68,7 Triliun," pajakku, 2023, <https://www.pajakku.com/read/5fbf28b52ef363407e21ea80/DampakPenghindaran-Pajak-Indonesia-Diperkirakan-Rugi-Rp-687-Triliun>.

⁶ Elizabeth Teague, "Dokumen Panama," Britannica Money, 2017, <https://www.britannica.com/money/Panama-Papers>.

⁷ Amandha Cahyamustika Margaretha and Rachmawati Meita Oktaviani, "Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Penghindaran Pajak," *Jurnal GeoEkonomi* 15, no. 1 (2024): 1–13.

kebijakan transfer pricing dan Nestle mengurangi beban pajak sebesar Rp800M.⁸

Fenomena diatas menjadi bukti bahwa penghindaran pajak masih dilakukan pada perusahaan *consumer non-cyclicals*. Adanya praktik penghindaran pajak tentunya akan merugikan negara karena adanya kendala dalam mengoptimalkan penerimaan pajak akibat dari adanya aktivitas penghindaran pajak. Dalam fenomena ini tentunya ada perbedaan kepentingan antara pemerintah dan wajib pajak. Wajib pajak pasti akan melakukan berbagai cara supaya dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Dalam praktik penghindaran pajak, banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan selain faktor-faktor yang menjadi fokus penelitian ini. Faktor-faktor seperti profitabilitas, leverage, likuiditas, struktur kepemilikan, dan tata kelola perusahaan juga dapat berperan dalam menentukan sejauh mana perusahaan melakukan penghindaran pajak. Meskipun demikian, penelitian ini lebih difokuskan pada faktor-faktor spesifik yang dianggap memiliki keterkaitan langsung terhadap praktik penghindaran pajak, yaitu intensitas modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis.

Faktor yang pertama yaitu intensitas modal menjadi gambaran seberapa besar perusahaan dapat menginvestasikan aset tetapnya. Intensitas modal ini berhubungan dengan penghindaran pajak karena adanya beban penyusutan yang akan mengurangi laba. Jika biaya penyusutan meningkat, maka tarif pajak yang akan dibayar pemerintah akan lebih kecil. Hal tersebut menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak dengan melakukan investasi yang besar pada aset tetap supaya biaya pajak yang dibayarkan rendah.⁹ Hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh

⁸ Maulana Yusuf and Maryam, "Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Firm Value Yang Dimoderasi Oleh Transparansi Perusahaan," *Journal Islamic Accounting Competency* 2, no. 1 (2022): 84–99.

⁹ Levana Dhia Prawati and Jessica Pinta Uli Hutagalung, "The Effect of Capital Intensity, Executive Characteristics, and Sales Growth on Tax Avoidance," *Journal of Applied Finance & Accounting* 7, no. 2 (2020): 1–8.

intensitas modal terhadap praktik penghindaran pajak menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian dari Levana dan Jesica (2023) menunjukkan bahwa intensitas modal berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Sedangkan menurut pemelitian Yohana dan Irwan (2023) menunjukkan bahwa intensitas modal tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Faktor ke-dua pertumbuhan penjualan yaitu gambaran yang menunjukkan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan memungkinkan perusahaan akan lebih mampu meningkatkan kapasitas operasi perusahaan.¹⁰ Untuk mengoptimalkan sumber daya suatu perusahaan juga dilihat dari penjualan tahun sebelumnya. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka akan semakin besar beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan dan sebaliknya. Adanya peningkatan terhadap beban pajak perusahaan, mendorong perusahaan melakukan tax avoidance.¹¹ Hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap praktik penghindaran pajak menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian dari Endah, Siti, dan Sari (2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Sedangkan menurut Faricha, Ratna, dan Almira (2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Faktor ke-tiga yaitu ukuran perusahaan. Menurut Moeljono (2020) menjelaskan ukuran perusahaan sebagai pengklasifikasian perusahaan berdasarkan jumlah aktiva yang perusahaan miliki.¹² Ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan dalam kategori besar maupun kecil dilihat dari total aset, rata-rata tingkat penjualan, jumlah penjualan, dan nilai pasar saham.

¹⁰ Muhammad Aprianto, "Pengaruh Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi," *Seminar Nasional Pakar Ke-2*, 2019, 2.14.1-2.14.10.

¹¹ Yeni Mar Atun Sholeha, "Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance," 2019, 1–24.

¹² Ananda, Herawati, and Samasta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak."

Sehingga besar kecilnya ukuran suatu perusahaan maka akan mempengaruhi juga besarnya pembayaran pajak. Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktik penghindaran pajak menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian dari Fridan dan Kurnia (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Sedangkan penelitian menurut Lestari dan Eka (2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Faktor ke-empat yaitu strategi bisnis dapat mempengaruhi seluruh aktivitas perusahaan berupa transaksi maupun kegiatan operasional. Untuk membuat perusahaan semakin berkembang dan dapat bertahan dalam bersaing dengan perusahaan lain, perusahaan akan merancang strategi bisnis sebelum menjalankan usahanya. Keputusan strategi bisnis yang dibuat untuk membuat perusahaan mencapai tujuan dan keuntungan yang diinginkan.¹³ Melalui strategi bisnis ini dapat mempengaruhi seluruh keputusan perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak. Semakin baik strategi bisnis suatu perusahaan maka akan semakin sedikit pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan. Menurut Miles, et al (1978), terdapat 3 (tiga) jenis strategi bisnis, yaitu: *prospector*, *defender*, dan *analyzer*. *Prospector* akan berusaha untuk terus berinovasi dan mengeksplorasi produk dan peluang pasar baru. *Prospector* merupakan tipe strategi bisnis yang agresif karena selalu berusaha mempertahankan posisi kompetitif dengan mencari peluang baru untuk berkembang. Sebaliknya, *defender* biasanya menghindari risiko dan beroperasi pada lini produk yang terbukti stabil, lebih fokus untuk memperkuat dan melindungi pangsa pasar yang sudah dikuasai. *Defender* akan berusaha mempertahankan pangsa pasarnya dengan bersaing di lini produk dan segmen yang sudah stabil.¹⁴ Sedangkan, *analyzer* berusaha

¹³ Yosi Ika Putri and Nera Marinda Machdar, "Pengaruh Strategi Bisnis, Biaya Transfer, Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak Yang Dimoderasi Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 2, no. 1 (2024): 279–93.

¹⁴ Putra Aryotama and Amrie Firmansyah, "The Effect of Business Strategy on Tax Avoidance in Indonesia's Consumer Goods Industry," *Public Sector Accountants and Quantum Leap*, 2020, 235–39.

menggabungkan kelebihan *prospector* dan *defender*. Mereka akan berusaha meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang meraih laba. Penelitian ini menyertakan *analyzer* dalam analisis empiris hanya sebagai tolok ukur, dan membatasi fokus penelitian ini pada *prospector* dan *defender*. Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh strategi bisnis terhadap praktik penghindaran pajak menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian dari Febriyanti, Maslichah, dan Dwiyani (2021) menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Sedangkan penelitian menurut Dewi dan Desi (2018) menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil dari Desviya Marta dan Nofryanti (2023) yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak”**. Pengembangan yang diteliti pada saat ini yaitu dengan menambahkan variabel independen berupa strategi bisnis. Strategi bisnis dapat mempengaruhi seluruh aktivitas perusahaan karena seluruh keputusan harus sejalan dengan strategi bisnis, maka dari itu adanya strategi bisnis dapat mempengaruhi biaya dalam penghindaran pajak.

Penelitian sebelumnya meneliti perusahaan di sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada subjek yang berbeda, yaitu perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2019-2023. Perusahaan *consumer non-cyclicals* bergerak dalam produksi dan distribusi barang serta jasa yang memenuhi kebutuhan dasar atau primer masyarakat. Produk yang dihasilkan mencakup makanan dan minuman, ritel, serta produk rumah tangga, yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh banyak orang.¹⁵ Sektor *consumer non-cyclicals* dipilih karena memiliki prospek yang menjanjikan serta sifatnya yang defensif, sehingga

¹⁵ Asri Khayati, Roro Diah Puspita Sari, and Axel Giovanni, “Nilai Tambah Modal Manusia Dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals,” *Borobudur Management Review* 2, no. 2 (2022): 169–89.

mampu bertahan di tengah krisis. Dengan meningkatnya penjualan dan keuntungan, diharapkan nilai perusahaan juga akan bertambah, menarik minat investor untuk menanamkan modal di sektor ini. Selain itu, sektor ini berpotensi menyerap banyak tenaga kerja yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui apakah intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis mempengaruhi penghindaran pajak, dan dapat mengetahui variabel manakah yang paling mempengaruhi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah intensitas modal berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak ?
4. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah intensitas modal berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak
2. Untuk mengetahui apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak
3. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak
4. Untuk mengetahui apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak perusahaan *consumer non-cylical*s yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), serta diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menilai tingkat penghindaran pajak di Indonesia serta merumuskan kebijakan yang efektif untuk mengatasi faktor-faktor yang memicu praktik *tax avoidance*. Dengan demikian, tingkat penghindaran pajak dapat ditekan, sementara kepatuhan wajib pajak dapat meningkat.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi penyampaian informasi kepada perusahaan sampel mengenai pengaruh penghindaran pajak bagi perusahaan.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan pustaka dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan pengembangan penelitian mengenai penghindaran pajak.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan dan diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang perpajakan khususnya dalam penghindaran pajak.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sarana penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi dalam bidang perpajakan khususnya penghindaran pajak.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, jenis dan sumber data penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan terkait deskripsi objek penelitian, deskripsi data penelitian, dan hasil pengolahan data penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Agensi menjadi dasar yang digunakan untuk memahami permasalahan strategi bisnis dan penghindaran pajak. Pemisahan kepemilikan antara prinsipal dan pengendalian oleh agen dalam suatu organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan antara prinsipal dan agen. Jensen et al. 1976 menjelaskan bahwa hubungan keagenan di dalam *agency theory* dimana perusahaan adalah kumpulan kontrak antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut.¹⁶ Hubungan antara teori agensi dengan penghindaran pajak yaitu apabila pengelolaan perusahaan kurang baik maka akan menimbulkan efek negatif bagi perusahaan.

Menurut Supriyono, teori agensi adalah konsep yang menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak), di mana prinsipal memberikan kontrak kepada agen untuk bekerja demi kepentingan atau tujuan prinsipal. Dalam menjalankan tugasnya, agen diberi wewenang dalam pengambilan keputusan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁷ Teori Agensi mengasumsikan bahwa semua bagian termotivasi adanya kepentingan pribadi sehingga membuat adanya konflik antara *principal* dan *agen*. Ketika dua pihak atau lebih melakukan hubungan keagenan, maka akan

¹⁶ Valeria Eldyn Gula and Susi Dwi Mulyani, "Pengaruh Capital Intensity Dan Deferred Tax Expense Terhadap Tax Avoidance Dengan Menggunakan Stategi Bisnis Sebagai Variabel Moderasi," 2020.

¹⁷ R.A Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018).

memiliki tiga kemungkinan hubungan keagenan yang telah diuraikan oleh Ghozali dan Chariri sebagai berikut:¹⁸

1. Dalam hubungan antara pemegang saham (pemilik) dan manajemen, jika manajemen memiliki jumlah saham yang lebih kecil dibandingkan perusahaan lain, maka manajer cenderung melaporkan laba yang lebih tinggi atau bersikap lebih konservatif.
2. Dalam hubungan antara manajemen dan kreditur, manajer biasanya melaporkan laba yang lebih besar karena kreditur umumnya berasumsi bahwa perusahaan dengan laba tinggi memiliki kemampuan untuk melunasi utang beserta bunganya tepat waktu.
3. Dalam hubungan antara perusahaan dan pemerintah, perusahaan cenderung melaporkan laba secara konservatif atau berhati-hati. Hal ini dilakukan untuk menghindari pengawasan ketat dari pemerintah, analis sekuritas, maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Pada fenomena penghindaran pajak dalam penelitian ini, memungkinkan teori agensi dengan tipe ketiga, yaitu hubungan perusahaan dengan pemerintah. Pemerintah mendelegasikan pelaporan beban pajak kepada perusahaan melalui sistem self-assessment. Menurut Melisa dan Tandelan (2015), yang dikutip dari Lia teori keagenan menjelaskan bahwa setiap individu memiliki sikap egois, yaitu selalu mementingkan kepentingan sendiri secara individu.¹⁹ Tentunya, perusahaan dalam menjalankan usahanya berkepentingan untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin, sehingga dengan profit orientation, para pengusaha memungkinkan untuk mengurangi beban sebagai bentuk usaha memaksimalkan keuntungan. Salah satunya

¹⁸ Fiska, "Pengertian Dan Hubungan Teori Keagenan," Gramedia Blog, n.d., <https://www.gramedia.com/literasi/teori-keagenan/>.

¹⁹ Lia Ira Sahara, "Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Kualitas Audit Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Dengan Karakter Eksekutif Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Lq 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 3 (2022): 507–15.

adalah mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan kepada pemerintah, sehingga muncul praktik penghindaran pajak.

Oleh karena itu, hubungan antara agen (perusahaan) dan prinsipal (pemerintah) memerlukan kerja sama yang didasarkan pada kejujuran. Kejujuran menjadi prinsip dasar dalam kehidupan bermasyarakat, karena setiap tindakan kita selalu diawasi oleh Allah SWT. Dalam konteks ini, kejujuran berarti adanya keselarasan antara informasi yang disampaikan dengan kenyataan yang dilakukan oleh agen dan prinsipal. Hal ini sesuai dengan pesan yang terdapat dalam Q.S. Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٱلْأَنفُسِ ٱلَّذِينَ ٱعْدَلُوا ٱلَّذِينَ ٱقْرَبُوا لِلتَّقْوَىٰ ٱتَّقُوا ٱللَّهَ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ٨

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

Tafsir Al-Muyassar/Kementerian Agama Saudi Arabia menjelaskan wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasulnya, Muhammad jadilah kalian orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran, dengan mengharapakan wajah Allah, lagi menjadi saksi-saksi yang adil. Dan janganlah kebencian terhadap suatu kaum menyeret kalian untuk tidak berlaku adil. Berlakulah adil di hadapan musuh-musuh dan orang-orang yang tercinta secara seimbang, karena berlaku adil itu lebih dekat kepada takut kepada Allah, dan hindarilah untuk berlaku curang. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kalian perbuat dan akan membalas kalian atas semua itu.²⁰

²⁰ “Surat Al-Ma’idah Ayat 8,” n.d., <https://tafsirweb.com/1892-surat-al-maidah-ayat-8.html>.

Berdasarkan ayat tersebut, dijelaskan bahwa setiap tindakan dan pekerjaan kita harus didasarkan pada kebenaran (kejujuran). Untuk mencapai suatu tujuan, diperlukan sikap jujur. Jika salah satu pihak tidak jujur maka tujuan tersebut tidak akan tercapai. Dalam teori agensi, agen dan prinsipal harus memiliki tujuan yang sama serta berlaku jujur satu sama lain. Sikap jujur dapat memperkuat reputasi perusahaan di mata pemerintah dan klien bisnis. Jika salah satu pihak, baik agen maupun prinsipal hanya mengejar kepentingan pribadi dan berlaku curang terhadap yang lainnya, maka tujuan perusahaan tidak akan tercapai. Tanpa kejujuran, potensi konflik kepentingan akan semakin besar, dan kepercayaan antara kedua pihak akan terganggu. Dengan menekankan pentingnya kejujuran melalui transparansi laporan keuangan perusahaan dengan memberikan informasi yang akurat dan jujur dapat mengurangi risiko yang dapat mengurangi nilai dari perusahaan. Agen yang terlibat dalam penghindaran pajak dapat merugikan prinsipal, yaitu masyarakat umum yang bergantung pada pendapatan pajak untuk layanan publik. Kejujuran dalam pelaporan pajak menciptakan kepercayaan antara perusahaan dan pemerintah serta masyarakat, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan bisnis. Kejujuran bukan hanya nilai moral, tetapi juga strategi yang krusial untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk berkomitmen pada prinsip kejujuran demi keberhasilan bersama.

2.1.2 Pajak

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro dalam buku yang ditulis oleh Mardiasmo, pajak merupakan kontribusi dari rakyat kepada kas negara yang didasarkan pada Undang-Undang dan bersifat wajib. Pajak dipungut tanpa adanya imbalan langsung yang dapat ditunjukkan secara spesifik, namun digunakan untuk membiayai pengeluaran negara demi kepentingan umum.²¹

²¹ Mardiasmo, *Perpajakan Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi, 2011).

Menurut Prof. Dr. P.J.A. Andriani, pajak merupakan kontribusi yang dikenakan kepada masyarakat oleh negara secara wajib sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pajak dibayarkan tanpa adanya imbalan langsung yang dapat ditunjukkan, dan hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka menjalankan tugas pemerintahan.²²

Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2007 pasal (1), pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi dan badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat.

Menurut Siti Resmi (2014) pajak memiliki beberapa fungsi yang dikategorikan dalam dua hal yaitu:²³

1. Pajak sebagai fungsi budgetair. Pajak berperan sebagai sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran rutin serta mendukung pembangunan. Sebagai bagian dari kebijakan fiskal, pemerintah berupaya meningkatkan kas negara dengan mengoptimalkan pemungutan pajak. Upaya tersebut dilakukan melalui penyempurnaan dan peningkatan efektivitas berbagai regulasi perpajakan, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), serta pajak lainnya.
2. Pajak sebagai fungsi regulated (pengatur). Selain sebagai sumber pendapatan, pajak juga berfungsi sebagai instrumen untuk mengatur kebijakan sosial dan ekonomi guna menciptakan keseimbangan dalam perekonomian. Pemerintah menerapkan

²² Sotarduga Sihombing and Susy Alestriani Sibagariang, *PERPAJAKAN (Teori Dan Aplikasi)*, pertama (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020).

²³ Siti Resmi, *Perpajakan : Teori Dan Kasus* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

berbagai kebijakan perpajakan yang bertujuan untuk mengendalikan kondisi ekonomi, mendorong investasi, serta mengurangi kesenjangan sosial.

Ada beberapa jenis pajak yang dipungut pemerintah dari masyarakat atau wajib pajak, yang dapat digolongkan berdasarkan sifat, instansi pemungut, objek pajak serta subjek pajak²⁴ :

1. Jenis Pajak Berdasarkan Sifat

- a. Pajak Tidak Langsung (*Indirect Tax*)

Pajak tidak langsung merupakan jenis pajak yang hanya dikenakan kepada wajib pajak ketika terjadi suatu peristiwa atau tindakan tertentu. Oleh karena itu, pemungutannya tidak dilakukan secara berkala, melainkan hanya saat kondisi yang memicu kewajiban pajak terpenuhi. Contohnya adalah Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), yang hanya dikenakan ketika wajib pajak melakukan penjualan barang mewah.

- b. Pajak Langsung (*Direct Tax*)

Pajak langsung adalah pajak yang dikenakan secara berkala kepada wajib pajak berdasarkan surat ketetapan pajak yang diterbitkan oleh kantor pajak. Surat tersebut mencantumkan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Pajak ini harus ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain. Contohnya adalah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) serta Pajak Penghasilan (PPh).

2. Jenis Pajak Berdasarkan Instansi Pemungut

- a. Pajak Daerah (Lokal)

Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan berlaku hanya bagi masyarakat yang tinggal di wilayah tersebut. Pajak ini dapat dipungut oleh pemerintah

²⁴ Sihombing and Sibagariang, *PERPAJAKAN (Teori Dan Aplikasi)*.

daerah tingkat I maupun tingkat II. Contohnya meliputi pajak hotel, pajak hiburan, dan pajak restoran.

b. Pajak Negara (Pusat)

Pajak negara merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui lembaga terkait, seperti Direktorat Jenderal Pajak, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, serta kantor inspeksi pajak yang tersebar di seluruh Indonesia. Contoh pajak yang termasuk dalam kategori ini adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPh), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

3. Jenis Pajak Berdasarkan Objek Pajak dan Subjek Pajak

a. Pajak Objektif

Pajak objektif adalah pajak yang pengambilannya berdasarkan objeknya. Contohnya: pajak impor, pajak kendaraan bermotor, bea materai, bea masuk dan masih banyak lainnya.

b. Pajak Subjektif

Pajak subjektif adalah pajak yang pengambilannya berdasarkan subjeknya. Contohnya: pajak kekayaan dan pajak penghasilan.

2.1.3 Pajak dalam Islam

Islam merupakan sistem yang komprehensif dan mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal perpajakan. Seperti halnya pajak yang menjadi kewajiban bagi masyarakat Indonesia dalam mendukung keberlangsungan negara, Islam juga memiliki prinsip-prinsip terkait kewajiban finansial yang bertujuan untuk kesejahteraan umat. Dalam sistem pemerintahan Islam semua pendapatan negara dimasukkan ke dalam Baitul Mal baik pendapatan yang dibebankan kepada muslim berupa zakat, usyur atau pendapatan yang dipungut dari non-muslim seperti jizyah dan kharaj. Begitu juga dengan pendapatan yang bersumber dari

ghanimah, hasil tambang, kekayaan atau tanah orang yang meninggal tanpa wasiat dan ahli waris.²⁵

Kata kharaj adalah kata bahasa Arab yang berasal dari bahasa Yunani, dan juga diambil dari bahasa Roma, Byzantium dan Yunani Kuno yang artinya pajak. Namun, sepanjang sejarah keuangan publik Islam istilah kharaj digunakan untuk pajak tanah. Kalau dilihat secara bahasa, kharaj adalah pajak atau pendapatan yang didapatkan dari masyarakat. Dapat juga diartikan sebagai upeti. Sedangkan sebagian ulama lain mendefinisikan sebagai pendapatan, pendapatan publik, tarif dan upeti.²⁶ Seperti firman Allah SWT dalam Q. S Al-Kahfi ayat 94 :

قَالُوا يٰذَا الْقَرْنَيْنِ اِنَّ يٰجُوجَ وَمَاجُوجَ مُفْسِدُونَ فِى الْاَرْضِ فَهَلْ نَجْعَلُ لَكَ خَرْجًا عَلَىٰ اَنْ
تَجْعَلَ بَيْنَنَا وَبَيْنَهُمْ سَدًّا

Artinya :

“Mereka berkata, “Wahai Zulqarnain, sesungguhnya Ya’juj dan Ma’juj adalah (bangsa) pembuat kerusakan di bumi, bolehkah kami memberimu imbalan agar engkau membuatkan tembok penghalang antara kami dan mereka?”

Tafsir Al-Muyassar menjelaskan wahai dzulqarnain, sesungguhnya ya’juj dan ma’juj (mereka adalah dua umat yang besar dari bani adam) melakukan kerusakan di muka bumi dengan merusak tanaman dan keturunan. apakah boleh kami menyerahkan imbalan bagimu dan kami kumpulkan harta benda kami supaya kamu mau membuatkan dinding pemisah antara kami dengan mereka?²⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa pemimpin dapat mengambil langkah yang bijaksana untuk melindungi masyarakat. Hal ini mencerminkan komitmen pemerintah terhadap kemaslahatan rakyat. Tindakan ini sejalan dengan konsep pajak dalam masyarakat modern, di

²⁵ Muhammad Riza, “Maqashid Syariah Dalam Penerapan Pajak Kharaj Pada Masa Umar Bin Khattab RA,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2017): 1–14, <https://doi.org/10.32505/jebis.v2i2.181>.

²⁶ Riza.

²⁷ “Surat Al-Kahf Ayat 94,” n.d., <https://tafsirweb.com/4920-surat-al-kahfi-ayat-94.html>.

mana pajak digunakan untuk mendanai layanan publik dan infrastruktur yang penting bagi kesejahteraan. Kepatuhan masyarakat terhadap pemimpin sangat penting karena ketika pemimpin mengelola pajak secara adil dan transparan, maka masyarakat diharapkan untuk mendukung dan memenuhi kewajiban membayar pajak sebagai kontribusi terhadap kemaslahatan bersama. Dengan membayar pajak, masyarakat berperan dalam menciptakan kemaslahatan bersama terutama ketika pemimpin dapat mengelola pajak dengan baik dan adil.

Adapun ayat lain dalam Al-Quran yang menjelaskan mengenai pajak juga terdapat dalam Q.S At-Taubah : 29

قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَلَا يَدِينُونَ
دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ □

Artinya :

“Perangilah orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan hari akhir, tidak mengharamkan (menjauhi) apa yang telah diharamkan (oleh) Allah dan Rasul-Nya, dan tidak mengikuti agama yang hak (Islam), yaitu orang-orang yang telah diberikan Kitab (Yahudi dan Nasrani) hingga mereka membayar jizyah dengan patuh dan mereka tunduk.”

Hubungan antara zakat dan pajak terletak pada sumber pendapatan pemerintah yang dalam Islam dapat berasal dari beberapa aspek, seperti *ghonimah* (harta rampasan perang), *fai* (harta yang diperoleh dari negara non-Muslim tanpa peperangan), *kharaj* (pajak atas tanah), *ushur* (bea masuk), serta zakat. Namun, di era modern, pendapatan dari *ghonimah* dan *fai* sudah tidak relevan, sehingga pemerintah dapat menetapkan jenis pajak baru untuk membiayai pengeluaran negara. Dalam konteks jihad dengan harta dan jiwa, harta dapat dimaknai sebagai kewajiban membayar zakat, yang berfungsi layaknya pajak untuk kepentingan umum. Oleh karena itu, pemahaman seorang Muslim terhadap kewajiban keagamaannya, termasuk zakat,

akan memengaruhi kepatuhannya dalam menjalankan kewajiban tersebut.²⁸

2.1.4 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak merupakan strategi yang sah dan masih berada dalam koridor ketentuan perpajakan yang diizinkan dengan tujuan mengurangi beban pajak.²⁹ *Tax avoidance* atau penghindaran pajak dilakukan dengan cara yang legal serta tidak melanggar peraturan yang berlaku. Metode yang digunakan umumnya memanfaatkan celah atau kelemahan dalam Undang-Undang dan regulasi perpajakan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan.³⁰ Keuntungan utama dari praktik ini adalah penghematan pajak dalam jumlah besar, yang tidak hanya menguntungkan pemegang saham, tetapi juga memberikan manfaat bagi manajer. Hal ini terjadi karena kompensasi manajerial sering kali dikaitkan dengan efektivitas pengelolaan pajak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut James Kessler (2004) penghindaran pajak terbagi menjadi dua jenis, diantaranya:³¹

1. Penghindaran pajak yang diperbolehkan

Penghindaran pajak yang diperbolehkan yaitu mempunyai tujuan yang baik, bukan digunakan untuk menghindari pajak, dan tidak melakukan transaksi palsu.

²⁸ Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarak, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat," *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23.

²⁹ Desviya Marta and Nofryanti Nofryanti, "Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 28, no. 1 (January 30, 2023): 55–65.

³⁰ E F A Rahayu, S Nurlaela, and S Kurniati, "Effect of Profitability, Capital Intensity, Leverage, Sales Growth, and Company Size on Tax Avoidance," *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 13, no. 1 (2023): 28–37.

³¹ J Kessler, "British Tax Review," *Tax Avoidance Purpose and Section 741 of Taxes Act 1988*, 2004.

2. Penghindaran pajak yang tidak diperbolehkan

Penghindaran pajak yang tidak diperbolehkan yaitu mempunyai tujuan yang tidak baik, bermaksud untuk melakukan penghindaran pajak, dan melakukan transaksi palsu.

Menurut Hoque, cara- cara perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak yaitu:³²

1. Menampakkan laba dari aktivitas operasional sebagai laba dari modal sehingga mengurangi laba bersih dan utang pajak perusahaan tersebut.
2. Mengakui pembelanjaan modal sebagai pembelanjaan operasional, dan membebankan yang sama terhadap laba bersih sehingga mengurangi utang pajak perusahaan.
3. Membebankan biaya personal sebagai biaya bisnis sehingga mengurangi laba bersih.
4. Membebankan depresiasi produksi yang berlebihan dibawah nilai penutupan peralatan sehingga mengurangi laba kena pajak

Pada dasarnya penghindaran pajak ini mempunyai sifat sah karena tidak melanggar ketentuan perpajakan apapun, namun mempunyai dampak yang cukup merugikan terhadap penerimaan pajak di Indonesia. Dalam penghindaran pajak pemerintah sudah mengeluarkan ketentuan untuk menanggulangi terjadinya praktik tersebut, seperti ketentuan *anti thin capitalization*, yaitu upaya wajib pajak dalam mengurangi beban pajak dengan cara memperbesar pinjaman dan bukan menambah modal untuk dapat membebankan biaya bunga serta mengecilkan laba. Hal ini juga diatur dalam UU PPh pasal 18 ayat 1 dan PMK No.169/PMK.03/2015 tentang Penentuan

³² Md Jahirul Hoque, Mohammad Z H Bhuiyan, and Afzal Ahmad, "Tax Evasion and Avoidance Crimes—A Study on Some Corporate Firms of Bangladesh," *Tax Management* 2, no. 2 (2011): 118–23.

Besarnya Perbandingan antara Utang dan Modal Perusahaan untuk Keperluan Perhitungan Pajak Penghasilan.

Penghindaran pajak dapat diukur menggunakan metode seperti *Effective Tax Rate* (ETR) dan *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

- *Effective Tax Rate* (ETR)

Effective Tax Rate (ETR) diukur dengan membagi beban pajak perusahaan dengan laba sebelum pajak. (Hanlon dan Heitzman, 2010). Oleh karena itu ETR mengukur kemampuan perusahaan untuk mengurangi pembayaran pajak relatif terhadap pendapatan sebelum pajak.³³ Metode ETR ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mendeteksi kemungkinan terjadinya penghindaran pajak perusahaan pada tahun berjalan. Semakin rendah ETR suatu perusahaan dibandingkan dengan tarif pajak resmi, semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut melakukan strategi penghindaran pajak, baik melalui insentif pajak, perbedaan temporer dalam akuntansi pajak, atau skema perencanaan pajak lainnya. Perhitungan *Effective Tax Rate* (ETR) yaitu sebagai berikut :³⁴

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

- *Cash Effective tax rate* (CETR)

Cash Effective Tax Rate (CETR) digunakan sebagai salah satu alat ukur perencanaan pajak yang bersifat jangka pendek. Menurut Dyreng, et,al (2008) Cash ETR baik digunakan untuk menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan

³³ Roman Lanis and Grant Richardson, "Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis," *Journal of Accounting and Public Policy* 31, no. 1 (2012): 86–108, <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>.

³⁴ Ni Luh Putri Setyastrini, "Koneksi Politik Dan Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2023): 205–13, <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1428>.

karena Cash ETR tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. Semakin kecil tingkat presentase CETR maka menandakan semakin tinggi tingkat penghindaran pajak perusahaan. Sebaliknya jika semakin tinggi tingkat presentase CETR maka menandakan semakin kecil tingkat penghindaran pajak perusahaan. Perhitungan Cash Effective tax Rate (Cash ETR) menggunakan model yang dikembangkan oleh Dyreng, dkk yaitu sebagai berikut:³⁵

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR) sebagai proksi pengukuran penghindaran pajak, dipilih karena CETR lebih mencerminkan jumlah pajak yang benar-benar dibayarkan perusahaan. CETR dianggap sebagai indikator yang lebih akurat dalam mengukur penghindaran pajak karena tidak hanya bergantung pada angka akuntansi yang dapat dipengaruhi oleh kebijakan akuntansi perusahaan, tetapi juga menunjukkan sejauh mana perusahaan secara nyata mengurangi kewajibannya melalui strategi penghindaran pajak.

Penghindaran pajak adalah upaya yang dilakukan untuk mengurangi beban pajak yang seharusnya dibayarkan dengan memanfaatkan celah-celah dalam peraturan perpajakan. Berbeda dengan penggelapan pajak (tax evasion), penghindaran pajak dilakukan tanpa melanggar hukum, sedangkan penggelapan pajak melibatkan pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku.³⁶ Dalam perspektif Islam, penghindaran pajak dianggap sebagai bentuk perlawanan terhadap pajak yang tidak diatur secara tegas, tetapi

³⁵ Scott Dyreng and Edward L Maydew, "Long-Run Corporate Tax Avoidance," *The Accounting Review* 83, no. 1 (2005): 61–82.

³⁶ Warno and Fahmi, "Pengaruh Tax Avoidance Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ45."

tindakan ini tetap tidak dibenarkan oleh pemerintah. Sebagai seorang muslim, setiap tindakan yang dilakukan seharusnya bertujuan untuk kebaikan. Hal ini sesuai dengan nilai-nilai yang dijelaskan dalam Al-Qur'an, salah satunya pada Surah Al-Hasyr Ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

Menurut at Thabari dalam kitab Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ay al-Qur'an, Jilid XXIII, halaman 299, ayat ini memerintahkan setiap orang untuk memperhatikan amalannya yang telah dilakukan selama hidup. Apakah amalan itu berupa perbuatan baik yang akan menyelamatkannya di hari kiamat? Atau justru sebaliknya, perbuatan buruk yang akan menjerumuskannya ke neraka. Dengan demikian, ayat ini menekankan pentingnya untuk introspeksi diri dan menilai kembali amalan yang telah dilakukan. Setiap orang harus menyadari bahwa amalannya akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah di hari kiamat. Oleh karena itu, setiap orang harus berusaha untuk selalu melakukan perbuatan baik dan menjauhi perbuatan buruk.³⁷

Hal ini menunjukkan bahwa sebagai seorang Muslim, penting untuk selalu melakukan introspeksi dengan mempertimbangkan segala tindakan yang telah dilakukan demi kebaikan di masa depan. Salah satu bentuk perlawanan terhadap pajak adalah dengan menyusun perencanaan yang bertujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak. Perencanaan pajak sendiri merupakan strategi dalam mengelola akuntansi dan keuangan perusahaan agar beban pajak dapat diminimalkan tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku. Namun, tindakan ini dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang tidak adil karena berdampak pada

³⁷ Zainuddin Lubis, “Tafsir Surat Al-Hasyr Ayat 18: Anjuran Untuk Muhasabah Diri,” n.d., <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-hasyr-ayat-18-anjuran-untuk-muhasabah-diri-TYp1j%0A>.

berkurangnya pendapatan negara, yang seharusnya digunakan untuk kepentingan masyarakat melalui pembangunan nasional. Oleh karena itu, sebagai warga negara yang baik, sudah seharusnya kita menunjukkan kepatuhan dan loyalitas kepada pemerintah.³⁸

2.1.5 Intensitas Modal

Menurut Siregar dan Widyawati (2016), intensitas modal mencerminkan proporsi aset perusahaan yang dialokasikan dalam bentuk aset tetap.³⁹ Perusahaan dapat memanfaatkan beban penyusutan dari aset tetap untuk mengurangi laba yang menjadi dasar perhitungan pajak. Aset tetap seperti gedung, mesin, peralatan, dan kendaraan (kecuali tanah) mengalami penyusutan, yang diakui sebagai beban dalam perpajakan, sehingga berkontribusi pada penurunan laba perusahaan dan membuka peluang untuk melakukan penghindaran pajak. Sebagian besar aset tetap yang dimiliki perusahaan digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan penjualan.⁴⁰ Karena aset tetap mengalami penyusutan dari waktu ke waktu, biaya penyusutan ini dapat mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Rasio intensitas modal mengukur sejauh mana perusahaan mengalokasikan investasinya dalam bentuk aset tetap. Semakin tinggi beban penyusutan, semakin rendah kewajiban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan.⁴¹

Rumus penghitungan intensitas modal menggunakan *Capital Intensity Ratio* (CIR) karena digunakan untuk mengetahui seberapa

³⁸ Ratno Agriyanto, Azizah Setiyawati, and Dessy Noor Farida, "The Effect of Good Corporate Governance, Free Cash Flow, and Tax Planning on Earnings Management," *At-Taqaddum* 13, no. 1 (2021): 1–20.

³⁹ Rifka Siregar and Dini Widyawati, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei," *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 5, no. 2 (2016): 2460–0585.

⁴⁰ Yohana Febrianti Efendi Putri and Irwan Setiawan, "Pengaruh Capital Intensity, Strategi Bisnis Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance," *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 421–28.

⁴¹ Anis Mardiana and Eny Purwaningsih, "Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal Dan Kompetensi Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak," *EKALAYA Jurnal Ekonomi Akuntansi* 1, no. 1 (2023): 22–35.

besar perusahaan berinvestasi dalam aset tetap. Rasio ini mengukur proporsi aset tetap dalam total aset perusahaan. Semakin tinggi rasio *Capital Intensity Ratio* (CIR), semakin besar proporsi modal yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki intensitas modal yang tinggi yang artinya lebih mengandalkan aset tetap seperti mesin, peralatan, dan properti dalam operasionalnya. Menurut Sapitri & Hunein (2022) rumus perhitungan intensitas modal adalah sebagai berikut :⁴²

$$CIR = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Dalam perspektif syariah, penggunaan modal harus diarahkan pada kegiatan yang produktif dan bermanfaat bagi masyarakat. Modal sebaiknya diinvestasikan dalam sektor-sektor yang mampu memberikan nilai tambah, seperti pertanian, industri, dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan tujuan ekonomi syariah yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menciptakan kesejahteraan sosial. Kepatuhan pajak menjadi salah satu aspek penting dalam pengelolaan modal di lingkungan syariah. Pembayaran pajak dianggap sebagai kewajiban moral bagi pemilik modal, yang merupakan bagian dari kontribusi mereka terhadap pembangunan masyarakat dan negara.

Intensitas modal dalam konteks syariah menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dan etika bisnis. Pemilik modal diharapkan untuk menggunakan modal mereka secara produktif dan sesuai dengan prinsip syariah, serta memenuhi kewajiban pajak dengan cara yang adil dan transparan. Dengan mengedepankan nilai-nilai ini, para pelaku usaha dapat berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat sekaligus

⁴² Dina Sapitri and Hamida Hunein, "Pengaruh Manajemen Laba, Intensitas Modal Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Perusahaan Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)," *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 4 (2022): 978–85, <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i4.573>.

menjaga integritas bisnis mereka, menciptakan harmoni antara keuntungan dan tanggung jawab sosial. Ayat yang berkaitan dengan hal tersebut yaitu Q.S Al-Baqarah Ayat 177 :

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا
عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ

Artinya :

“Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat, melainkan kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari Akhir, malaikat-malaikat, kitab suci, dan nabi-nabi; memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, musafir, peminta-minta, dan (memerdekakan) hamba sahaya; melaksanakan salat; menunaikan zakat; menepati janji apabila berjanji; sabar dalam kemelaratan, penderitaan, dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.”

Syekh Nawawi Al-Bantani dalam tafsirnya menjelaskan arti ayat 177 surat Al-Baqarah, bahwa kebaikan tidaklah diperoleh dengan menghadapkan wajah ketika shalat ke arah timur (Ka'bah) dan barat (Baitul Maqdis). Melainkan dengan beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat, kitab Allah, nabi-nabi Allah. Juga dengan berbuat baik kepada sesama dengan memberikan hartanya (menyedekahkannya) kepada kerabat, anak-anak yatim yang membutuhkan, orang-orang miskin, ibnu sabil, orang yang meminta-minta karena butuh, budak-budak yang butuh dimerdekakan, mendirikan shalat fardhu, menunaikan zakat, menepati janji baik dengan Allah maupun sesama manusia, dan sabar ketika mendapatkan cobaan, sakit juga kesempitan.⁴³

Dalam ayat ini menekankan bahwa intensitas modal seharusnya diarahkan untuk tujuan yang lebih besar daripada sekadar pencarian keuntungan. Dalam konteks penghindaran pajak, prinsip-prinsip yang

⁴³ Alwi Jamalulel Ubab, “Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 177,” n.d., <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-177-ini-yang-membuat-hati-jadi-senang-IVvpy>.

terkandung dalam ayat ini mengingatkan bahwa setiap tindakan ekonomi harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan keadilan. Penghindaran pajak yang dilakukan dengan cara yang etis dan transparan sejalan dengan nilai-nilai dalam ayat tersebut, sementara penghindaran yang merugikan masyarakat bertentangan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam.

2.1.6 Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merujuk pada pendapatan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau pemberian jasa dalam suatu transaksi sebagai bentuk pertukaran nilai. Para ahli mendefinisikan penjualan sebagai elemen utama dalam kelangsungan suatu bisnis, karena melalui aktivitas penjualan, perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pula keuntungan yang dapat diraih oleh perusahaan.

Pertumbuhan penjualan menggambarkan peningkatan total penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Setiap perusahaan berupaya menjaga pertumbuhan penjualannya agar tetap stabil atau bahkan meningkat. Jika pertumbuhan penjualan tetap terjaga dan biaya operasional dapat dikendalikan, maka laba yang diperoleh akan meningkat. Tujuan utama dari analisis pertumbuhan penjualan adalah untuk mengukur tingkat kenaikan atau penurunan penjualan dengan membandingkan data dari periode sebelumnya. Rasio pertumbuhan penjualan digunakan sebagai indikator sejauh mana perusahaan berhasil menjual persediaannya.⁴⁴ Jika rasio pertumbuhan penjualan menunjukkan angka positif, berarti terjadi peningkatan penjualan dibandingkan periode sebelumnya. Sebaliknya, jika rasio menunjukkan angka negatif, maka penjualan mengalami penurunan. Menurut Dewi dan Wirajaya (2013), pertumbuhan perusahaan dapat diukur

⁴⁴ Marta and Nofryanti, "Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak."

menggunakan rumus tertentu, yang akan dijelaskan lebih lanjut dalam penelitian ini:⁴⁵

$$SG = \frac{(\text{Penjualan periode ini} - \text{Penjualan periode sebelumnya})}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}}$$

Pertumbuhan penjualan memainkan peran penting dalam pengelolaan modal kerja. Menurut Kasmir, pertumbuhan penjualan merujuk pada peningkatan jumlah penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Penjualan memiliki dampak strategis bagi perusahaan karena memerlukan dukungan dari aset atau aktiva, sehingga ketika penjualan meningkat, aset perusahaan juga harus mengalami peningkatan.⁴⁶ Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana penjualan suatu perusahaan berkembang. Hal ini tidak hanya menjadi tolok ukur keberhasilan penjualan di masa lalu, tetapi juga dapat dijadikan acuan dalam merencanakan pertumbuhan di masa mendatang.⁴⁷ Secara keseluruhan, pertumbuhan penjualan menggambarkan peningkatan kinerja penjualan dari tahun ke tahun, yang bertujuan untuk menjaga stabilitas ekonomi perusahaan di tengah dinamika pertumbuhan ekonomi. Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nisa ayat 29 menjelaskan tentang jual beli:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

⁴⁵ Ary Wirajaya and Ayu Sri Mahatma Dewi, “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan,” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4, no. 2 (2013): 358–72.

⁴⁶ Irna Rahmawati and Mohammad Kholiq Mahfudz, “Analisis Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, Struktur Modal, Sales Growth, Struktur Aktiva, Size Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016),” *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 4 (2018): 1–14.

⁴⁷ Mas Daud Prayogo and Desmiza Desmiza, “Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Return on Asset Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2018-2022,” *Efektor* 11, no. 1 (2024): 53–65.

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Menurut tafsir kemenag, ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama.⁴⁸ Sedangkan menurut tafsir ulama, mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya. Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah melarang orang-orang yang beriman memakan harta dengan cara yang batil dan membunuh orang lain, atau bunuh diri. Itu adalah karena kasih sayang Allah kepada hamba-Nya demi kebahagiaan hidup mereka di dunia dan di akhirat. Dalam konteks pertumbuhan penjualan perusahaan, ayat ini berhubungan antara perusahaan dan pelanggan yaitu membangun kepercayaan konsumen. Dengan mematuhi prinsip-prinsip yang diatur dalam An-Nisa Ayat 29, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di mata konsumen. Jika pelanggan merasa diperlakukan dengan adil, mereka lebih cenderung untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang dapat mendukung pertumbuhan penjualan.

⁴⁸ “Surat An-Nisa Ayat 29,” n.d., Website quran.kemenag.go.id.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Riadi (2020), ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa parameter, seperti total aktiva, log size, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan parameter lainnya.⁴⁹ Perusahaan dengan ukuran atau skala yang lebih besar akan memiliki kemudahan yang lebih tinggi dalam memperoleh sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal, sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan skala operasinya, pengelompokan perusahaan umumnya dibagi menjadi tiga kategori utama: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*).⁵⁰ Menurut standar yang ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional, kategorisasi ukuran perusahaan dibagi menjadi:

1. Perusahaan Kecil (*Small Firm*)

Suatu perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan atau aset antara Rp 50.000.000,- hingga Rp 500.000.000,- (tidak termasuk gedung yang digunakan untuk kegiatan usaha), atau memiliki laba tahunan antara Rp 300.000.000,- hingga Rp 2.500.000.000,-.

2. Perusahaan Menengah (*Medium Firm*)

Perusahaan termasuk dalam kategori menengah jika memiliki aset antara Rp 500.000.000,- hingga Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk gedung yang digunakan untuk kegiatan usaha), atau memiliki laba tahunan antara Rp 2.500.000.000,- hingga Rp 50.000.000.000,-.

⁴⁹ Muchlisin Riadi, "Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria Dan Indikator)," Retrieved from *KajianPustaka. Com*: <https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>, 2020.

⁵⁰ Ferbianus Januwito, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Capital Intensity Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance," *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2022): 343–53.

3. Perusahaan Besar (*Large Firm*)

Perusahaan diklasifikasikan sebagai perusahaan besar apabila memiliki kekayaan atau aset melebihi Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk gedung yang digunakan untuk kegiatan usaha), serta memiliki laba tahunan melebihi Rp 50.000.000.000,-.

Indikator Pengukuran perusahaan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

a. Total Aset

Menurut Riadi (2020), aset didefinisikan sebagai harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan dengan aset yang lebih besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam berinvestasi dan memenuhi permintaan produk. Kondisi ini berpotensi meningkatkan pangsa pasar yang dapat dicapai dan pada akhirnya akan berdampak pada laba perusahaan.⁵¹ Pengukuran ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan logaritma natural ($\ln$) dari total aset, metode ini bertujuan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara perusahaan yang memiliki ukuran terlalu besar dengan perusahaan yang berukuran terlalu kecil, sehingga jumlah aktiva dapat terdistribusi secara normal. Ukuran perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan nilai total aset dengan perusahaan lain dalam industri yang sama, atau dengan mengamati perubahan dari tahun ke tahun untuk melihat apakah perusahaan tersebut mengalami perkembangan atau penyusutan. Semakin besar total aset yang dimiliki, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut, dan berlaku sebaliknya. Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus tertentu.⁵²

⁵¹ Riadi, "Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria Dan Indikator)."

⁵² Frida Fauziah and Kurnia, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi," *Jurnal Ilmu Dan*

$$Size = Ln (Total Aset)$$

b. Total Penjualan

Menurut Riadi Muchlisin (2020) Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan keuntungan. Pertumbuhan Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Hal ini akan meningkatkan keuntungan perusahaan kemudian akan mempengaruhi laba perusahaan.

$$Size = Ln (Total Penjualan)$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan proksi pengukuran ukuran perusahaan yaitu ***Size = Ln (Total Aset)***. Penggunaan logaritma natural dimaksudkan untuk meminimalkan data dengan fluktuasi berlebih. Menurut Wahyuni dan Suryantini (2014), penggunaan logaritma natural juga dimaksudkan untuk menyederhanakan jumlah aset yang kemungkinan mencapai triliunan rupiah tanpa merubah proporsi yang sebenarnya.⁵³ Penggunaan total aset ini lebih stabil dibandingkan total penjualan, karena nilai aset tidak mengalami fluktuasi signifikan dalam jangka pendek seperti halnya penjualan yang bisa berubah karena faktor eksternal seperti permintaan pasar, strategi pemasaran, atau kondisi ekonomi makro.⁵⁴

Dalam Islam, Allah memerintahkan menggunakan harta secara baik dan bijaksana. Hal itu sesuai dengan firman Allah dalam Q.S An-Nisa ayat 5 :

Riset Akuntansi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya 10, no. 4 (2021): 1–21, <https://finance.detik.com>.

⁵³ Indah Ayu Trie Wahyuni and Ni Putu Santi Suryantini, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Penghematan Pajak Terhadap Struktur Modal” (Udayana University, 2014).

⁵⁴ Uray Ndaru Mustika, “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Equator Journal of Management and Entrepreneurship* 7, no. 1 (2017): 1–20.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya :

“Janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”

Menurut tafsir ulama, salah satunya Ibnu Katsir ayat tersebut mengandung arti bahwa Allah melarang orang yang belum sempurna akal nya untuk menggunakan harta benda dan dijadikan para wali mereka untuk kekuasaan atas harta benda tersebut.⁵⁵ Adapun tafsir menurut Kemenag yaitu para wali dan pelaksana wasiat yang memelihara anak yatim agar menyerahkan harta anak yatim yang ada dalam kekuasaannya apabila anak yatim itu telah dewasa dan telah dapat menjaga hartanya.⁵⁶ Apabila belum mampu maka tetaplah harta tersebut dipelihara dengan sebaik-baiknya karena harta adalah modal kehidupan. Ayat ini menekankan pentingnya pengelolaan harta dengan bijaksana. Dalam konteks perusahaan, berarti bahwa manajemen harus bertanggung jawab dalam mengelola aset dan sumber daya perusahaan, terutama ketika ukuran perusahaan semakin besar.

2.1.8 Strategi Bisnis

Teori strategi membagi strategi menjadi dua jenis utama yaitu strategi perusahaan *corporate strategy* dan strategi bisnis *business strategy*. Strategi perusahaan merupakan suatu hubungan menyeluruh yang mencakup tujuan perusahaan serta ruang lingkup bisnisnya. Sedangkan strategi bisnis berhubungan dengan bagaimana bersaing pada pasar produk/jasa yang telah diputuskan untuk dimasuki.⁵⁷

⁵⁵ Zainuddin Lubis, “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 5: Dalil Tentang Al-Hajru Atau Penangguhan Transaksi,” n.d., <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-an-nisa-ayat-5-dalil-tentang-al-hajru-atau-penangguhan-transaksi-IUbL2>.

⁵⁶ “Surat An-Nisa Ayat 5,” n.d., Website quran.kemenag.go.id.

⁵⁷ Robert Simons, “Performance Measurement & Control System for Implementing Strategy: Text & Cases,” New Jersey: Pearson Education International., 2000.

Menurut Bourgeois III (1980) dan Langfield-Smith (1997), strategi bisnis didefinisikan sebagai senjata kompetitif perusahaan, yakni strategi yang diterapkan oleh setiap unit dalam organisasi yang berfokus pada bagaimana memposisikan diri mereka di antara para pesaing di pasar.⁵⁸ Strategi bisnis merupakan salah satu keputusan yang diambil oleh manajer sebelum melakukan proses bisnis perusahaan. Strategi bisnis perusahaan dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan karena seluruh keputusan bisnis, seluruh aktivitas proses bisnis, aktivitas operasional dan transaksi yang dilakukan harus sejalan dengan strategi bisnis.⁵⁹ Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografis, akuisisi, diversifikasi, penetrasi pasar, pengembangan produk, divestasi, likuidasi, dan joint venture. Strategi bisnis biasanya dicantumkan dalam dokumen perusahaan yang digunakan sebagai pedoman untuk menjalankan kelangsungan hidup perusahaan.

Mengacu pada tipologi strategi bisnis, terdapat tiga jenis strategi bisnis yang dapat diidentifikasi:⁶⁰

1. Strategi bisnis *defender* berfokus pada efisiensi biaya, termasuk pengurangan biaya produksi dan operasional lainnya. Perusahaan yang mengadopsi strategi ini cenderung stabil dan tidak berani mengambil risiko dengan memasuki pasar baru. *Defender* juga cenderung berfokus pada pangsa pasar yang kecil namun kuat, dimana produknya tidak mengikuti tren tetapi tetap tumbuh melalui aktivitas penetrasi pasar dan pengembangan produk yang terbatas. Efisiensi teknologi sangat penting bagi defenders karena memang fokusnya adalah cost minimization strategy. Risiko

⁵⁸ Dianwicakasih Ariefiara et al., "Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia," *NASPA Journal* 18, no. 18 (2015): 1–27.

⁵⁹ Rosalina Nurdiana, "The Effect of Environmental Uncertainty and Financial Distress on Tax Avoidance with Business Strategy as Moderating Variables," *Eduvest - Journal of Universal Studies* 1, no. 9 (2021): 943–51.

⁶⁰ R. E. Miles et al., "Organizational Strategy, Structure, and Process," *Academy of Management Review. Academy of Management* 3, no. 3 (1978): 546–62.

utama *defender* adalah ketidakefektifan karena ketidakmampuan menanggapi perubahan besar di dalam pasar. Defender sangat bergantung pada kelangsungan hidup pasar yang sempit, dan jika pasar berpindah sekutu, maka defenders memiliki kapasitas terbatas untuk menemukan dan mengeksploitasi area pasar yang baru. Dengan cakupan pasar yang kecil serta berfokus pada efisiensi biaya operasional, maka perusahaan yang menggunakan strategi *defender* memiliki kemungkinan yang kecil untuk melakukan penghindaran pajak. Alasan lainnya adalah karena laba yang diperoleh perusahaan *defender* cenderung stabil tetapi rentan untuk mengalami penurunan bila tidak dapat mempertahankan kualitas produk yang membuat customer-nya beralih ke produk pesaingnya.

2. Strategi bisnis *prospector* menekankan pada inovasi produk baru dan eksplorasi pasar baru dengan pendekatan yang lebih agresif. Hal ini membutuhkan biaya yang besar dalam riset dan pengembangan. Penggunaan strategi bisnis *prospector* lebih fleksibilitas dalam pengelolaan biaya, seperti biaya produksi dan karyawan. Dibandingkan *defender*, *prospector* memiliki lingkungan yang lebih dinamis. Dalam *prospector*, mempertahankan reputasi sebagai inovator dalam pengembangan produk dan pasar sama pentingnya dengan profitabilitas yang tinggi, sehingga *prospector* akan mendedikasikan seluruh dana dan kemampuannya untuk mencari lingkungan, segmen, dan wilayah pemasaran baru, serta menciptakan peluang dan produk baru. Risikonya adalah kegagalan yang tak terhindarkan dalam inovasi produk dan pasar yang berkelanjutan. Dengan resiko kegagalan yang tinggi dalam inovasi produk dan pasar, maka perusahaan memiliki kemungkinan yang besar untuk melakukan penghindaran pajak. Dana yang diperoleh dari penghematan pajak

dapat dialihkan untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas produk, dan memperluas cakupan pasar.

3. Strategi *analyzer* merupakan gabungan dari strategi *defender* dan *prospector*. Perusahaan dengan strategi ini berusaha menginovasi produk sambil tetap memperhatikan efisiensi biaya sehingga memaksimalkan peluang dalam meraih laba. Mereka melakukan analisis untuk memastikan bahwa inovasi dan pengembangan produk memberikan keunggulan kompetitif baik dari sisi harga maupun kualitas. *Analyzer* berusaha mencari lokasi pasar baru dan membuat produk untuk menarik pelanggan baru dengan meniru atau mengikuti inovasi *prospector*, dan juga berusaha mempertahankan produk dan konsumen layaknya *defender*. Oleh karena itu, *analyzer* menerapkan dualisme teknologi untuk menciptakan stabilitas dan fleksibilitas.

Strategi bisnis adalah gagasan perusahaan yang direalisasikan dalam usaha untuk pengembangan suatu perusahaan. Strategi bisnis juga merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan agar mampu beradaptasi menghadapi lingkungan yang kompetitif. Strategi bisnis yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu *prospector* dan *defender*. Instrumen penelitian yang digunakan untuk variabel strategi bisnis yaitu menggunakan penelitian yang dilakukan Higgins (2011) dengan indikator perhitungan:⁶¹

- a. Kemampuan memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa

$$EMP = \frac{\text{Jumlah Pegawai}}{\text{Total Penjualan}}$$

⁶¹ Danielle Higgins, Thomas C Omer, and John D Phillips, "Does a Firm's Business Strategy Influence Its Level of Tax Avoidance?," in *2011 American Taxation Association Midyear Meeting: JATA Conference*, 2011.

b. Tingkat Pertumbuhan Perusahaan

Untuk mengukur kemampuan peningkatan pertumbuhan perusahaan (*market tobook ratio*), digunakan indikator pengukuran :

$$MtBR = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Total Modal}}$$

c. Pemasaran Perusahaan

Untuk mengukur kemampuan pemasaran dalam penjualan, digunakan indikator pengukuran :

$$Market = \frac{\text{Beban Pada Iklan}}{\text{Jumlah Penjualan}}$$

d. Intensitas Aset Tetap

Untuk mengukur intensitas aset tetap dalam strategi bisnis, digunakan indikator pengukuran sebagai berikut:

$$IAT = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Jadi setelah menghitung pengukuran dengan Indikator yang digunakan Higgins (2011) dapat ditotalkan sebagai berikut:

$$SB = EMP + MtBR + Market + IAT$$

Setelah menggunakan keempat rasio yang sudah dijelaskan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengurutan berdasarkan kuintil. Kuintil tertinggi diberi nilai 5, kuintil berikutnya diberi nilai 4, dan seterusnya (pengecualian pada rasio intensitas aset tetap yang penilaiannya berlawanan arah). Kemudian dilakukan penjumlahan dari keempat ukuran per tahun untuk setiap perusahaan. Dari hasil perhitungan tersebut, perusahaan yang mendapatkan nilai maksimum 20 dikategorikan sebagai penganut strategi *prospector*. Sementara itu, perusahaan yang memperoleh nilai minimum 4 diklasifikasikan sebagai penerapan strategi *defender*.

Tabel 2.1**Pemberian Skor Rasio**

EMP	MtBR	Market	IAT
5	5	5	1
Tertinggi			
4	4	4	2
3	3	3	3
2	2	2	4
1	1	1	5
Terendah			

Higgins et al. (2012) menyatakan bahwa perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai penganut strategi defender apabila memperoleh rata-rata peringkat kuantil terendah dalam keempat rasio pengukuran dengan nilai 1 atau 2, serta memiliki jumlah skor total dalam rentang 4 hingga 12. Kondisi sebaliknya terjadi pada perusahaan dengan strategi prospector, yang dicirikan dengan perolehan rata-rata peringkat kuantil tertinggi pada keempat rasio pengukuran tersebut dengan nilai 4 atau 5. Perusahaan yang menerapkan strategi prospector juga ditandai dengan perolehan skor total dalam kisaran 13 sampai 20.⁶²

Tabel 2.2**Penentuan Strategi**

Skor Strategi	Kode	Strategi yang digunakan
4 – 12	0	<i>Defender</i>
13 - 20	1	<i>Prospector</i>

Sumber : Wardani & Khoiriyah (2018)

Dalam penelitian ini, strategi *analyzer* tidak dapat digunakan karena tidak dapat diukur secara statistik, baik melalui aplikasi SPSS maupun EvIEWS. Oleh karena itu, strategi *analyzer* tidak dimasukkan

⁶² Higgins, Omer, and Phillips.

sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Martinez & Ferreira (2019) menyatakan bahwa strategi *analyzer* memiliki karakteristik gabungan dari dua strategi lainnya, sehingga tidak digunakan dalam penelitian mereka.⁶³ Hal ini diperkuat oleh penelitian Hambrick (2011), yang mengecualikan strategi *analyzer* untuk memungkinkan pengujian terhadap kecenderungan strategi ekstrem melalui eksplorasi.⁶⁴ Setelah menentukan strategi *defender* dan *prospector*, langkah berikutnya adalah melakukan pengkodean variabel *dummy* untuk kedua strategi tersebut. Perusahaan yang menerapkan strategi *defender* diberikan nilai 0, sementara yang tidak termasuk dalam kategori tersebut diberikan nilai 1. Begitu pula untuk strategi *prospector*, perusahaan yang menerapkannya akan diberikan nilai 1, sedangkan yang tidak termasuk akan diberikan nilai 0.⁶⁵

Manusia itu selalu dihadapkan pada peluang baru yang kita manfaatkan untuk mencari rezeki. Allah berfirman dalam Q.S Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya :

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Menurut tafsir kemenag, ditegaskan bahwa Allah adalah Maha halus dan Maha luas pengetahuan-Nya, kini diuraikan kembali tentang Kuasa-Nya. Dialah Allah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi untuk melakukan aneka aktifitas yang bermanfaat, maka jelajahilah di segala penjurunya, berkelanalah ke seluruh

⁶³ Antonio Lopo Martinez and Bruno Afonso Ferreira, “Business Strategy and Tax Aggressiveness in Brazil,” *Journal of Strategy and Management* 12, no. 4 (2019): 522–35.

⁶⁴ Donald C Hambrick, “Some Tests of the Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow’s Strategic Types,” *Academy of Management Journal* 26, no. 1 (1983): 5–26.

⁶⁵ Ariefiara et al., “Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia.”

pelosoknya, dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya yang disediakan untuk kamu, serta bersyukurlah dengan segala karunia-Nya itu. Dan karena pada akhirnya, hanya kepada-Nyalah kamu kembali setelah dibangkitkan.⁶⁶ Dalam kehidupan sehari-hari, manusia sering dihadapkan pada banyak peluang, baik dalam bentuk produk baru, pasar yang belum tergarap, atau inovasi teknologi. Ayat ini mendorong untuk tidak hanya berdiam diri, tetapi terus aktif mencari dan menjelajahi berbagai kemungkinan yang ada. Dalam bisnis, ini berarti melakukan riset pasar yang mendalam, mengidentifikasi tren yang sedang berkembang, dan berusaha menemukan celah pasar yang dapat dimanfaatkan. Perusahaan yang proaktif dalam menjelajahi peluang baru memiliki kemungkinan lebih besar untuk berhasil dan tumbuh.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menjadi salah satu acuan penulis untuk melakukan penelitian sehingga dapat memperdalam teori-teori dalam penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini peneliti menggunakan jurnal nasional dan internasional. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Desviya Marta (2023) dan Nofryanti (2023) ⁶⁷	PENGARUH INTENSITAS MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. Intensitas modal tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak

⁶⁶ “Surat Al-Mulk Ayat 15,” n.d., Website quran.kemenag.go.id.

⁶⁷ Marta and Nofryanti, “Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.”

No	Penulis	Judul	Hasil
2	Faricha Aulia Ananda (2023) Ratna Herawati (2023) Almira Santi Samasta (2023) ⁶⁸	PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak 2. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 4. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
3	Levana Dhia Prawati (2020) dan Jessica Pinta Uli Hutagalung (2020) ⁶⁹	THE EFFECT OF CAPITAL INTENSITY, EXECUTIVE CHARACTERISTICS, AND SALES GROWTH ON TAX AVOIDANCE	1. Intensitas modal berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak 2. Karakteristik eksekutif berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak 3. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.
4	Endah Fitri Ana Rahayu (2023) Siti Nurlaela (2023) Sari Kurniati (2023) ⁷⁰	Effect of Profitability, Capital Intensity, Leverage, Sales Growth, and Company Size on Tax Avoidance	1. <i>Leverage</i> berpengaruh pada penghindaran pajak 2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh pada penghindaran pajak 3. <i>Profitabilitas</i> tidak berpengaruh pada penghindaran pajak 4. Intensitas modal tidak berpengaruh pada penghindaran pajak 5. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada penghindaran pajak

⁶⁸ Ananda, Herawati, and Samasta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak."

⁶⁹ Prawati and Hutagalung, "The Effect of Capital Intensity, Executive Characteristics, and Sales Growth on Tax Avoidance."

⁷⁰ Rahayu, Nurlaela, and Kurniati, "Effect of Profitability, Capital Intensity, Leverage, Sales Growth, and Company Size on Tax Avoidance."

No	Penulis	Judul	Hasil
5	Yohana Febrianti Efendi Putri (2023) dan Irwan Setiawan (2023) ⁷¹	PENGARUH CAPITAL INTENSITY, STRATEGI BISNIS DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP TAX AVOIDANCE	1. <i>Capital Intensity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. 2. Strategi Bisnis berpengaruh negatif terhadap Tax Avoidance. 3. Umur Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Tax Avoidance.
6	Rr. Febriyanti Arya Kinasih (2021) Maslichah (2021) Dwiyani Sudaryanti (2021) ⁷²	PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN, STRATEGI BISNIS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. Tidak terdapat pengaruh tata kelola perusahaan terhadap penghindaran pajak 2. Terdapat pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak. 3. Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak. 4. Terdapat pengaruh leverage terhadap penghindaran pajak. 5. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak.
7	Lestari (2024) dan Eka Kusuma Dewi (2024) ⁷³	PENGARUH INTENSITAS MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022)	1. Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak. 2. Intensitas modal secara parsial tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh terhadap

⁷¹ Putri and Setiawan, “Pengaruh Capital Intensity, Strategi Bisnis Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance.”

⁷² Rr. Febriyanti Arya Kinasih, Maslichah Maslichah, and Dwiyani Sudaryanti, “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak,” *E-JRA* 10, no. 07 (2021): 13–24.

⁷³ Lestari Lestari and Eka Kusuma Dewi, “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak,” *Jurnal Akuntansi Barelang* 8, no. 2 (2024): 106–20.

No	Penulis	Judul	Hasil
			4. penghindaran pajak Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak
8	Margaretha Amandha Cahyamustika (2024) dan Rachmawati Meita Oktaviani (2024) ⁷⁴	PENGARUH PROFITABILITAS, INTENSITAS MODAL, DAN INTENSITAS PERSEDIAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap tax avoidance 2. Intensitas modal berpengaruh positif signifikan terhadap tax avoidance 3. Intensitas persediaan tidak berpengaruh terhadap tax avoidance
9	Anis Mardiana (2023) dan Eny Purwaningsih (2023) ⁷⁵	Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal dan Kompetensi Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak	1. <i>Profitabilitas</i> berdampak negatif pada penghindaran pajak. 2. Intensitas modal berdampak negatif pada penghindaran pajak. 3. Kompetensi komisaris independen berdampak positif pada penghindaran pajak.
10	Mas Daud Prayogo (2024) dan Desmiza (2024) ⁷⁶	Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Return on Asset Terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2018-2022	1. Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. 2. Komisaris independen berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. 4. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran

⁷⁴ Margaretha and Oktaviani, "Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Penghindaran Pajak."

⁷⁵ Mardiana and Purwaningsih, "Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal Dan Kompetensi Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak."

⁷⁶ Prayogo and Desmiza, "Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Return on Asset Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2018-2022."

No	Penulis	Judul	Hasil
			pajak. 5. <i>Return on asset</i> berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. 6. Komite audit tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
11	Heru Harmadi Sudibyo (2022) ⁷⁷	PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. <i>Pertumbuhan penjualan</i> berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.
12	Dewi Kusuma Wardani (2018) dan Desi Khoiriyah (2018) ⁷⁸	PENGARUH STRATEGI BISNIS DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK	1. Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. 3. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak 4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.
13	Fivi Anggraini (2020) Nadia Dwi Astri (2020) Arie Frinola Minovia (2020) ⁷⁹	PENGARUH STRATEGI BISNIS, CAPITAL INTENSITY DAN ULTINATIONALITY TERHADAP TAX AVOIDANCE	1. Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak 2. Capital intensity berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak 3. <i>Ultinationality</i> tidak

⁷⁷ Heru Harmadi Sudibyo, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2022): 78–85.

⁷⁸ Dewi Kusuma Wardani and Desi Khoiriyah, "Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak," *Akuntansi Dewantara* 2, no. 1 (2018): 25–36.

No	Penulis	Judul	Hasil
			berpengaruh terhadap penghindaran pajak
14	Yosi Ika Putri (2024) dan Nera Marinda Machdar (2024) ⁸⁰	Pengaruh Strategi Bisnis, Biaya Transfer, Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak Yang Dimoderasi Tanggung Jawab Sosial Yosi Ika Putri Nera Marinda Machdar	1. Strategi bisnis berpengaruh terhadap penghindaran pajak 2. Biaya transfer berpengaruh terhadap penghindaran pajak 3. Intensitas modal berpengaruh terhadap penghindaran pajak 4. Strategi bisnis, biaya transfer, dan intensitas modal mampu dimoderasi oleh CSR pada perhindaran pajak.
15	Frida Fauziah (2021) dan Kurnia (2021) ⁸¹	PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI	1. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak 3. Leverage tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak
16	Dianwicakasih Arieftiara (2015) Sidharta Utama (2015) Ratna Wardhani (2015) Ning Rahayu (2015) ⁸²	ANALISIS PENGARUH STRATEGI BISNIS TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK, BUKTI EMPIRIS DI INDONESIA	1. Perusahaan yang menggunakan strategi prospector akan melakukan kegiatan penghindaran pajak yang lebih tinggi dibandingkan dengan <i>defender</i> 2. Perusahaan yang menggunakan strategi prospector akan melakukan kegiatan

⁷⁹ Fivi Anggraini, Nadia Dwi Astri, and Arie Frinola Minovia, "Pengaruh Strategi Bisnis , Capital Intensity Dan Ultinationality Terhadap Tax Avoidance," *Influence of Business Strategy , Capital Intensity and Ultinationality on Tax Avoidance* XIV, no. 02 (2020): 36–45.

⁸⁰ Putri and Machdar, "Pengaruh Strategi Bisnis, Biaya Transfer, Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak Yang Dimoderasi Tanggung Jawab Sosial."

⁸¹ Fauziah and Kurnia, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi."

⁸² Arieftiara et al., "Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia."

No	Penulis	Judul	Hasil
			penghindaran pajak yang lebih tinggi dibandingkan dengan <i>analyzer</i>. 3. Penghindaran pajak defender lebih tinggi dibandingkan dengan <i>analyzer</i>

Sumber : Data diolah peneliti 2025

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak

Intensitas modal mencerminkan besarnya modal yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, yang dapat diperoleh melalui pengurangan atau peningkatan aktiva tetap. Biaya depresiasi aset tetap diakui sebagai beban yang dapat menurunkan laba, karena penyusutan aset tetap dari tahun ke tahun secara langsung mempengaruhi laba yang menjadi dasar perhitungan pajak. Perusahaan dengan intensitas modal yang tinggi cenderung memiliki aset tetap dalam jumlah besar, yang berarti beban penyusutan yang ditanggung pun akan lebih tinggi. Hal ini dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai salah satu strategi untuk mengurangi beban pajak tahunan, mengingat hampir semua aset tetap kecuali tanah dapat mengalami depresiasi. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas modal perusahaan, semakin besar peluang perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak melalui mekanisme depresiasi aset.⁸³

Dalam teori agensi, terdapat konflik kepentingan antara prinsipal (pemerintah) yang menginginkan perusahaan membayar pajak sesuai dengan pendapatannya, dan agen (perusahaan) yang berusaha menekan pengeluaran pajak seminimal mungkin. Perusahaan memandang pajak sebagai pengurang laba operasional, sementara

⁸³ Alya Zulfa Cahyani, Syahril Djaddang, and Mombang Sihite, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 1 (2021): 122–35.

tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Perbedaan kepentingan ini menyebabkan perusahaan menerapkan strategi penghindaran pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Perusahaan dengan aset tetap dalam jumlah besar dan biaya penyusutan yang tinggi cenderung mencari cara untuk mengoptimalkan pengurangan pajak. Dengan memanfaatkan depresiasi aset dalam laporan keuangan, perusahaan dapat secara strategis mengurangi kewajiban pajaknya, sehingga semakin tinggi intensitas modal, semakin besar kemungkinan terjadinya penghindaran pajak.

Penelitian terdahulu Fivi, Nadia, dan Arie (2020) menemukan bahwa intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Margaretha dan Rachmawati (2024) dan penelitian Yosi dan Nera (2024).

Berdasarkan rumusan hipotesis diatas yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H1 : Intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

2.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini dihitung dari selisih penjualan tahun berjalan dengan tahun sebelumnya, dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya. Peningkatan pertumbuhan penjualan mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Sejalan dengan meningkatnya penjualan, laba perusahaan cenderung mengalami kenaikan. Hal ini berdampak pada peningkatan beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara. Namun, tingginya beban pajak seringkali dianggap sebagai beban yang mengurangi laba bersih

perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat terdorong untuk melakukan penghindaran pajak, yaitu tindakan yang dilakukan untuk meminimalkan kewajiban pajak melalui cara-cara yang legal.

Dalam teori agensi, terdapat dua pihak yang memiliki kepentingan berbeda yang dapat menimbulkan konflik. Prinsipal (pemerintah) menginginkan perusahaan untuk membayar pajaknya sesuai dengan perundang-undangan pajak dan pembayaran pajaknya harus sebanding dengan pertumbuhan penjualannya. Sementara agen (perusahaan) menjadikan pajak sebagai biaya yang akan mengurangi laba bersih perusahaan sehingga, terjadi konflik kepentingan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai agen dengan cara melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat memungkinkan perusahaan untuk lebih meningkatkan kapasitas operasionalnya. Meningkatnya pertumbuhan penjualan akan berdampak juga pada meningkatnya laba yang diperoleh perusahaan sehingga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan juga akan semakin tinggi. Untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar, perusahaan juga akan meningkatkan pengeluaran seperti produksi, distribusi dan pemasaran. Dimana peningkatan pengeluaran tersebut memungkinkan perusahaan dapat melakukan penghindaran pajak.

Penelitian terdahulu Endah, Siti, dan Sari (2023) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Demikian juga dengan penelitian Lestari dan Eka (2024) dan penelitian Febriyanti, Maslichah, dan Dwiyani (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan adanya indikasi laba perusahaan yang tinggi, sehingga mendorong motivasi perusahaan dalam melakukan manajemen laba melalui penghindaran pajak.

Berdasarkan rumusan hipotesis diatas yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator untuk menilai tingkat kinerja dan stabilitas operasi perusahaan. Ukuran ini umumnya diukur berdasarkan total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kapasitas perusahaan dalam mengelola sumber daya, mempertahankan kelangsungan hidup, dan menghasilkan keuntungan. Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki potensi laba yang lebih tinggi, sehingga beban pajak yang harus ditanggung juga menjadi lebih besar. Dalam upaya mengoptimalkan laba setelah pajak, perusahaan besar memiliki insentif yang lebih kuat untuk melakukan strategi penghindaran pajak. Penghindaran pajak ini bertujuan untuk menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan, sehingga perusahaan dapat mengalokasikan lebih banyak dana untuk pengembangan usaha atau kepentingan pemegang saham.

Dalam teori agensi, terdapat dua pihak yang memiliki kepentingan berbeda yang dapat menimbulkan konflik. *Prinsipal* (pemerintah) menginginkan perusahaan untuk membayar pajaknya sesuai dengan perundang-undangan pajak dan pembayaran pajaknya harus sebanding dengan ukuran dari perusahaannya. Sementara agen (perusahaan) menjadikan pajak sebagai pengurang laba yang didapat oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar juga akan memiliki aktivitas perusahaan yang kompleks dan sumber daya yang dimiliki lebih memadai. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak dari setiap transaksi untuk mengurangi beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan

ukuran besar dapat memanfaatkan celah hukum dan penerapan strategi penghindaran pajak yang rumit dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Dewi dan Desi (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Frida dan Kurnia (2021) dan penelitian dari Faricha, Ratna, dan Almira (2023).

Berdasarkan rumusan hipotesis diatas yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

2.3.4 Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak

Strategi bisnis dalam perusahaan ini berkaitan dengan seluruh aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama melakukan aktivitas operasional perusahaan. Strategi bisnis merupakan salah satu keputusan yang dibuat oleh manajer sebelum proses bisnis perusahaan dilakukan. Strategi bisnis perusahaan mempengaruhi aktivitas perusahaan karena segala keputusan bisnis, semua aktivitas proses bisnis, kegiatan operasional dan transaksi yang dilakukan harus sejalan dengan strategi bisnis.⁸⁴ Dalam menerapkan strategi bisnis, analisis biaya dan manfaat menjadi elemen penting yang harus diperhatikan perusahaan, terutama ketika merencanakan tindakan penghindaran pajak. Analisis ini membantu perusahaan untuk memperkirakan risiko biaya yang mungkin timbul serta manfaat yang dapat diperoleh dari strategi penghindaran pajak yang diterapkan. Melalui analisis yang cermat, perusahaan dapat mengidentifikasi solusi yang efektif untuk memitigasi risiko tersebut dan mengoptimalkan manfaat yang dihasilkan. Dengan demikian, keputusan bisnis yang terencana melalui analisis biaya-manfaat

⁸⁴ Arieftiara et al., "Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia."

mendukung perusahaan dalam menjalankan strategi penghindaran pajak secara lebih terarah dan efisien. Oleh karena itu, strategi bisnis yang disusun dengan mempertimbangkan aspek biaya dan manfaat cenderung berpengaruh positif terhadap tingkat penghindaran pajak perusahaan.

Teori *agensi* relevan dengan strategi bisnis pada penelitian ini karena terdapat dua pihak yang memiliki kepentingan berbeda yang dapat menimbulkan konflik. Prinsipal (pemerintah) menginginkan perusahaan untuk membayar pajaknya sesuai dengan aturan perundang-undangan pajak. Sementara agen (perusahaan) menjadikan pajak sebagai pengurang laba yang didapatkan oleh perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan supaya pendapatan laba meningkat yaitu dengan melakukan praktik penghindaran pajak secara strategis agar laba perusahaan meningkat. Perusahaan yang menerapkan strategi *defender* cenderung fokus pada stabilitas dan efisiensi operasional. Dalam upaya untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan laba perusahaan, maka penggunaan strategi bisnis *defender* ini lebih menitikberatkan efisiensi biaya dalam persaingan sehingga dapat mempengaruhi biaya pada penghindaran pajaknya.⁸⁵ Di sisi lain, perusahaan yang menggunakan strategi *prospector* berfokus pada inovasi karena mereka memiliki peluang yang relatif lebih besar untuk perencanaan pajak karena upaya agresif mereka terhadap barang baru dan pasar geografis serta keadaan yang terus berubah. Perusahaan dengan strategi bisnis *prospector* berusaha untuk mendukung pengembangan produk baru dan eksplorasi pasar sehingga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi pajak dengan cepat. Penggunaan celah hukum dalam strategi bisnis dapat dimanfaatkan untuk mengurangi beban pajak.

⁸⁵ Putri and Setiawan, "Pengaruh Capital Intensity, Strategi Bisnis Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance."

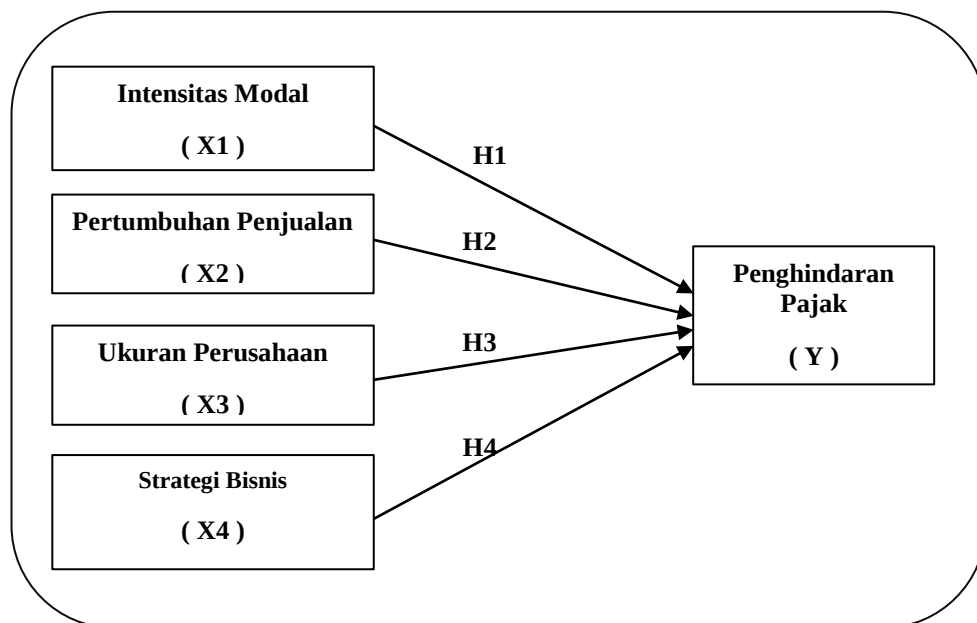
Penelitian terdahulu Febriyanti, Maslichah, dan Dwiyani (2021) menemukan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Strategi yang digunakan yaitu ada dua. Pertama strategi *defender* lebih menitikberatkan efisiensi biaya untuk persaingan dan lebih mempertimbangkan biaya penghindaran pajak dibandingkan dengan manfaatnya. Ke-dua strategi *prospector* adalah perusahaan yang selalu berusaha membuat inovasi pada produknya dengan struktur organisasi yang lebih fleksibel. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Yosi dan Nera (2024) yang menghasilkan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan rumusan hipotesis diatas yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H4: Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

2.4 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menguji hubungan intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak. Data kuantitatif pada penelitian ini berupa angka-angka laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia 2019-2023.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang didapatkan dari sarana tidak langsung yang dikumpulkan oleh pihak lain. Datanya berupa laporan keuangan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia dari tahun 2019 – 2023. Data ini dapat di akses melalui website BEI <https://www.idx.co.id/>

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Penentuan perusahaan *consumer non-cyclicals* karena sektor tersebut memproduksi barang dan jasa pokok yang dibutuhkan sehari-hari sehingga tidak terpengaruh ataupun terdeterminasi keadaan ekonomi sehingga lebih stabil.⁸⁶ Berdasarkan pemeriksaan di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), perusahaan yang terdaftar dari tahun 2019-2023 sebanyak 83 perusahaan.

⁸⁶ Khayati, Sari, and Giovanni, “Nilai Tambah Modal Manusia Dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals.”

Tabel 3.1**Daftar Populasi Penelitian**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADES	Akasha Wira International Tbk.
3	BISI	BISI International Tbk.
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
5	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
6	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
7	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
8	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9	DSFI	Dharma Samudera Fishing Indust
10	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk
11	FISH	FKS Multi Agro Tbk.
12	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.
13	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb
14	HERO	DFI Retail Nusantara Tbk.
15	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
16	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
17	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
18	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
19	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb
20	MBTO	Martina Berto Tbk.
21	MLPL	Multipolar Tbk.
22	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.
23	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
24	MYOR	Mayora Indah Tbk.
25	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
26	RANC	Supra Boga Lestari Tbk.
27	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
28	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
29	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.
30	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
31	SKLT	Sekar Laut Tbk.
32	STTP	Siantar Top Tbk.
33	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
34	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.
35	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

No	Kode	Nama Perusahaan
36	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
37	WAPO	Wahana Pronatural Tbk.

Sumber : <https://www.idx.co.id/>, data diolah (2025)

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan dalam penelitian untuk menjawab hasil penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan indikator tertentu untuk pemilihan sampel yaitu:

1. Perusahaan yang penyampaian laporan keuangannya menggunakan mata uang rupiah
2. Perusahaan yang mempunyai laba positif selama periode 2019 – 2023
3. Perusahaan yang memiliki kelengkapan data laporan keuangan periode 2019-2023 yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel dalam penelitian

Berdasarkan kriteria diatas, maka sampelnya terdiri dari 18 perusahaan. Keseluruhan sampel dari tahun 2019-2023 adalah 90 pengamatan.

Tabel 3.2
Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019-2023	37
2	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang laporan keuangannya tidak menggunakan mata uang rupiah	(1)
3	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang mengalami kerugian selama periode 2019-2023	(13)
4	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data laporan keuangan periode 2019-2023 yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel dalam penelitian	(5)
Jumlah Sampel		18
Jumlah Data Penelitian (18 x 5 tahun)		90

Sumber : Data diolah (2025)

Tabel 3.3

Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	BISI	BISI International Tbk.
3	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
4	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
6	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk.
8	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
11	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
12	MYOR	Mayora Indah Tbk.
13	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
14	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
15	SKLT	Sekar Laut Tbk.
16	STTP	Siantar Top Tbk.
17	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
18	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

Sumber : Data Sekunder diolah (2025)

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua cara dalam pengumpulan data, yaitu :

1. Dokumentasi

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber sekunder. Data sekunder ini didapatkan dengan mengambil laporan keuangan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2019-2023.

2. Penelitian Pustaka

Pengumpulan data dengan penelitian pustaka ini menggunakan media seperti buku, jurnal, internet, skripsi, dan perangkat lain yang berhubungan dengan judul penelitian.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menguji hubungan intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, strategi bisnis prospector dan strategi bisnis defender terhadap penghindaran pajak.

3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab atau merubah/mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dilambangkan dengan simbol X. Pada penelitian ini terdapat 4 (lima) variabel independen yang akan diteliti yaitu intensitas modal (X1), pertumbuhan penjualan (X2), ukuran perusahaan (X3), strategi bisnis (X4). Berikut ringkasan variabel dan pengukuran :

Tabel 3.4

Ringkasan Variabel dan Pengukuran

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	Intensitas Modal (X1)	Intensitas modal mengacu pada perbandingan antara aset tetap dan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan modal besar yang lebih banyak dialokasikan dalam bentuk aset tetap akan menanggung biaya penyusutan yang lebih tinggi. Biaya penyusutan ini berdampak pada penurunan pendapatan, sehingga laba yang dikenakan pajak juga berkurang. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas modal suatu perusahaan,	$CIR = \frac{Total\ Aset\ Tetap}{Total\ Aset}$

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
		semakin besar peluang perusahaan untuk menghindari pajak. ⁸⁷	
2	Pertumbuhan Penjualan (X2)	Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan nilai penjualan dalam laporan keuangan dari tahun ke tahun yang dapat menggambarkan prospek serta profitabilitas perusahaan di masa depan. Pertumbuhan ini dapat dihitung dengan membandingkan selisih antara penjualan tahun berjalan dan penjualan tahun sebelumnya, kemudian membaginya dengan penjualan tahun sebelumnya. ⁸⁸	$SG = \frac{(\text{Penjualan periode ini} - \text{Penjualan periode sebelumnya})}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}}$
3	Ukuran Perusahaan (X3)	Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan yaitu total pendapatan, total aktiva, saham, total penjualan. ⁸⁹	$Size = Ln (Total Aset)$
4	Strategi Bisnis (X4)	Menurut Syaiful (2019), strategi dapat dibedakan menjadi dua yaitu strategi defender dan strategi prospector. Strategi defender lebih menitikberatkan efisiensi biaya untuk persaingan dan lebih mempertimbangkan biaya penghindaran pajak dibandingkan dengan	a. Kemampuan memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa $EMP = \frac{\text{Jumlah Pegawai}}{\text{Total Penjualan}}$ b. Tingkat Pertumbuhan Perusahaan

⁸⁷ Lestari and Dewi, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak."

⁸⁸ Sudibyo, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak."

⁸⁹ Ananda, Herawati, and Samasta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak."

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
		manfaatnya. Strategi prospector adalah perusahaan yang selalu berusaha membuat inovasi pada produknya dengan struktur organisasi yang lebih fleksibel. ⁹⁰	Untuk mengukur kemampuan peningkatan pertumbuhan perusahaan (<i>market tobook ratio</i>), digunakan indikator pengukuran $MtBR = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Total Modal}}$ c. Pemasaran Perusahaan Untuk mengukur kemampuan pemasaran dalam penjualan, digunakan indikator pengukuran : $Market = \frac{\text{Beban Pada Iklan}}{\text{Jumlah Penjualan}}$ d. Intensitas Aset Tetap Untuk mengukur intensitas aset tetap dalam strategi bisnis, digunakan indikator pengukuran sebagai berikut: $IAT = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$ Jadi setelah menghitung pengukuran dengan Indikator yang digunakan Higgins (2011) dapat ditotalkan sebagai berikut: $SB = EMP + MtBR + Market + IAT$

⁹⁰ Kinasih, Maslichah, and Sudaryanti, "Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak."

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
5	Penghindaran Pajak (Y)	Penghindaran pajak dapat diartikan sebagai suatu usaha penghindaran pajak bertujuan untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan celah-celah ketentuan perpajakan. Penggunaan pengukuran, yaitu Cash Effective Tax Rate (CETR) yang bertujuan untuk mengakomodasi jumlah kas pajak yang dibayarkan saat ini oleh perusahaan ⁹¹	$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan berupa data kuantitatif dalam bentuk angka-angka yang bersifat prediktif. Adapun dalam perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program pengolah data yaitu *SPSS Versi 25*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Analisis Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai variabel independen yang dianalisis dalam penelitian. Selain itu, metode ini juga berperan dalam mengidentifikasi setiap variabel dalam hipotesis yang diuji. Statistik deskriptif mencakup nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, serta standar deviasi. Dengan melakukan analisis ini, dapat diperoleh pemahaman mengenai karakteristik sampel yang telah dikumpulkan.

⁹¹ Fauziah and Kurnia, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi."

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2020), uji normalitas merupakan metode untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas jika nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari α 0,05 atau 5%. Jika hasil uji normalitas menunjukkan distribusi normal, maka analisis selanjutnya dapat dilakukan.⁹²

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas dapat dideteksi menggunakan kriteria berikut :

1. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1, maka terdapat multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai tolerance kurang dari 0,1, maka multikolinearitas tidak terjadi.
2. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka multikolinearitas tidak terjadi. Namun, jika nilai VIF kurang dari 10, hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu observasi ke observasi lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model regresi untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada suatu

⁹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

pengamatan ke pengamatan lainnya.⁹³ Pendeteksian ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan antara lain dengan metode grafik atau menggunakan uji statistik, yaitu Uji Korelasi *Rank Spearman*, Uji *Goldfeld-Quandt*, Uji *Park*, Uji *Glejser*, dan Uji *White*.⁹⁴

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara kecacatan penghalang pada periode t dan kecacatan penghalang pada periode $t-1$ dalam model regresi linear. Uji ini menggunakan uji DurbinWatson untuk menentukan apakah autokorelasi ada atau tidak. Jika $0 < DW < DL$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif dan perlu adanya perbaikan. Jika $4-DL < DW < 4$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negatif. Jika $DU < DW < 4-DU$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif. Jika $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, maka tidak ada pengambilan keputusan.⁹⁵

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*). Analisis ini bertujuan untuk mencari pengaruh dari variabel independen (variabel bebas atau X) terhadap variabel dependen (variabel terikat atau Y). Analisis regresi berganda ini memiliki beberapa tahapan yaitu statistik deskriptif dan pengujian hipotesis penelitian. Rumusnya sebagai berikut:

⁹³ Irfan Azuar Juliandi and Saprinah Manurung, "Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi," Medan: UMSU Perss, 2014.

⁹⁴ Mohammad Farhan Qudratullah, *Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus, Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Penerbit Andi, 2013).

⁹⁵ Anisa Nur Fadila and Cahyani Nuswandari, "Apa Saja Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham," *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 15, no. 2 (2022): 283–93, <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.837>.

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + e$$

Keterangan :

Y	= penghindaran pajak
a	= konstanta
x_1	= variabel intensitas modal
x_2	= variabel pertumbuhan penjualan
x_3	= variabel ukuran perusahaan
x_4	= variabel strategi bisnis defender
x_5	= variabel strategi bisnis prospector
e	= variabel pengganggu (<i>Disturbance error</i>)
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien regresi

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang menjelaskan hubungan antara dua variabel dalam suatu kasus tertentu. Hipotesis berfungsi sebagai asumsi sementara yang perlu diuji kebenarannya untuk menentukan apakah dugaan dalam penelitian benar atau salah. Selain itu, hipotesis berperan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses penelitian. Dengan kata lain, hipotesis adalah dugaan awal yang dibuat untuk menjelaskan suatu fenomena dan harus diuji kebenarannya.

1. Uji Statistik Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model estimasi dalam penelitian, yaitu untuk mengevaluasi hubungan atau pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji ini juga dikenal sebagai uji signifikansi model regresi. Pengambilan keputusan dalam uji F didasarkan pada kriteria berikut:⁹⁶

⁹⁶ Andy Field, *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (Sage publications limited, 2024).

- a. Jika probability $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika probability $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai adjusted R^2 . Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Kriteria adalah :⁹⁷

- a. Jika nilai R^2 mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.
- b. Jika nilai R^2 mendekati 0, artinya kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun individual. Sebelum melakukan uji t, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menentukan arah hipotesis. Jika penelitian memiliki dasar teori atau dugaan yang kuat mengenai hubungan antar variabel, maka digunakan uji hipotesis satu sisi. Sebaliknya, jika penelitian tidak memiliki landasan teori

⁹⁷ Damodar N Gujarati, "Basic Econometrics 4th Ed.," 2002.

yang cukup atau tidak ada dugaan awal yang jelas mengenai hubungan variabel, maka uji hipotesis dua sisi lebih tepat digunakan. Adapun kriteria dari uji statistik t:⁹⁸

- a. Jika nilai signifikansi uji t lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

⁹⁸ Gujarati.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2019 – 2023. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, di mana semua informasi diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) <https://www.idx.co.id/>. Peneliti menggunakan laporan keuangan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2019 hingga 2023.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 37 perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2019 – 2023. Namun, tidak semua perusahaan dalam populasi ini dianalisis sebagai sampel. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh 18 perusahaan *consumer non-cyclicals* sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan mencakup periode 5 tahun berturut-turut yaitu tahun 2019 - 2023, sehingga jumlah observasi dalam penelitian ini adalah $18 \text{ perusahaan} \times 5 \text{ tahun} = 90 \text{ data observasi}$. Kriteria dalam pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019-2023	37
2	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang laporan keuangannya tidak menggunakan mata uang rupiah	(1)
3	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang mengalami kerugian selama periode 2019-2023	(13)
4	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data laporan keuangan periode 2019-2023 yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel dalam penelitian	(5)
Jumlah Sampel		18
Jumlah Data Penelitian (18 x 5 tahun)		90

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan pengambilan sampel diperoleh data perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2019 – 2023 sebagai berikut :

Tabel 4.2
Daftar Perusahaan yang Memenuhi Kriteria

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	BISI	BISI International Tbk.
3	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
4	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
6	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk.
8	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
11	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
12	MYOR	Mayora Indah Tbk.
13	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
14	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
15	SKLT	Sekar Laut Tbk.
16	STTP	Siantar Top Tbk.
17	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
18	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

Sumber : *Data Sekunder diolah (2025)*

Laporan keuangan perusahaan yang tercantum diatas dianalisa satu persatu dan dihitung intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2019 – 2023.

Pengumpulan data yang diperoleh dari laporan keuangan dicatat dan dijadikan sebagai sampel penelitian selama 5 (lima) tahun berturut-turut yang dimulai dari 2019 – 2023. Tujuan dari penelitian untuk mendapatkan bukti

empiris mengenai berpengaruh atau tidak berpengaruh antara intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak melalui pengujian hipotesis yang sudah dirumuskan dalam bab sebelumnya.

4.2 Deskriptif Variabel

4.2.1 Intensitas Modal

Intensitas modal (*Capital Intensity Ratio/CIR*), menunjukkan sejauh mana perusahaan mengalokasikan aset tetapnya dalam kegiatan operasional. CIR dihitung dengan membandingkan total aset tetap terhadap total aset keseluruhan, sehingga semakin tinggi nilai CIR, semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap aset tetap.⁹⁹

CIR yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan masih ketergantungan terhadap aset tetap, yang umumnya terjadi pada industri manufaktur atau perusahaan dengan kebutuhan investasi tinggi dalam peralatan dan fasilitas produksi. Sebaliknya, semakin rendah CIR maka semakin besar ketergantungan perusahaan pada aset lancar, mencerminkan strategi bisnis yang lebih fleksibel atau model bisnis yang tidak bergantung pada kepemilikan aset tetap dalam skala besar.¹⁰⁰ Berikut hasil tabel perhitungan *Capital Intensity Ratio/CIR* dari sampel perusahaan periode 2019-2023 :

⁹⁹ Muhamad Umar Mai and Setiawan, "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Industri Manufaktur Kriteria Syariah Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 1 (2020): 159–70.

¹⁰⁰ Diasya Zulfa Ramdhanian and Hayu Wikan Kinasih, "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi," *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan* 10, no. 2 (2021): 93–106, <https://doi.org/10.35315/dakp.v10i2.8876>.

Tabel 4.3**CIR Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023**

NO	Kode	Intensitas Modal					Rata-Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ADES	0.4930	0.3667	0.3862	0.4305	0.3575	0.4068
2	BISI	0.1635	0.1689	0.1589	0.1511	0.1849	0.1655
3	BUDI	0.6030	0.5734	0.5556	0.4988	0.4836	0.5429
4	CAMP	0.1968	0.2187	0.1727	0.2081	0.3014	0.2196
5	CLEO	0.7445	0.7576	0.7622	0.7667	0.7012	0.7464
6	CPIN	0.4607	0.4652	0.4586	0.4424	0.4318	0.4517
7	EPMT	0.1646	0.1662	0.1534	0.1397	0.1316	0.1511
8	GOOD	0.5363	0.5093	0.4720	0.4336	0.4191	0.4741
9	ICBP	0.2930	0.1289	0.1201	0.1259	0.1233	0.1582
10	INDF	0.4477	0.2811	0.2607	0.2628	0.2535	0.3012
11	JPFA	0.3995	0.4294	0.4026	0.3823	0.3927	0.4013
12	MYOR	0.2456	0.3056	0.3202	0.2983	0.3418	0.3023
13	ROTI	0.5426	0.5468	0.5948	0.6038	0.6428	0.5861
14	SIMP	0.5827	0.5726	0.5423	0.5320	0.5352	0.5529
15	SKLT	0.4556	0.4588	0.4645	0.4246	0.3646	0.4336
16	STTP	0.3902	0.4462	0.3962	0.3453	0.2984	0.3753
17	ULTJ	0.2356	0.1960	0.2923	0.3064	0.3118	0.2684
18	UNVR	0.5189	0.5074	0.5298	0.5206	0.5587	0.5271
Rata-Rata		0.4152	0.3944	0.3913	0.3818	0.3797	0.3925

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa selama periode penelitian rata-rata intensitas modal dari perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang menjadi sampel adalah sebesar 39,25%. Perusahaan dengan rata-rata intensitas modal tertinggi adalah PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) dengan nilai 74,64%, menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki ketergantungan yang tinggi pada aset tetap dalam operasional bisnisnya. Sebaliknya, perusahaan dengan rata-rata intensitas modal terendah adalah PT Enseval Putera Megatrading (EPMT) dengan nilai 15,11%, yang menandakan bahwa perusahaan ini lebih mengandalkan aset lancar atau memiliki struktur aset yang lebih fleksibel.

Semakin tinggi intensitas modal suatu perusahaan, semakin besar investasi yang dialokasikan pada aset tetap seperti mesin, bangunan, atau peralatan produksi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut cenderung beroperasi dalam industri yang membutuhkan investasi modal besar, seperti manufaktur atau produksi barang konsumsi yang memerlukan fasilitas produksi yang signifikan. Sebaliknya, perusahaan dengan intensitas modal yang lebih rendah umumnya beroperasi dalam bisnis yang lebih berbasis distribusi, jasa, atau perdagangan, yang tidak memerlukan investasi besar dalam aset tetap.

4.2.2 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari periode ke periode. Pertumbuhan penjualan dapat menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan strategi bisnis serta efektivitas operasional suatu perusahaan.¹⁰¹ Perusahaan yang mengalami pertumbuhan positif yang tinggi, dapat mencerminkan peningkatan permintaan produk, ekspansi pasar, atau strategi pemasaran yang berhasil. Sebaliknya, terdapat pula perusahaan yang mengalami pertumbuhan negatif, yang dapat disebabkan oleh faktor internal seperti manajemen operasional yang kurang efisien, atau faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan preferensi konsumen, dan persaingan industri.¹⁰² Berikut hasil tabel perhitungan pertumbuhan penjualan dari sampel perusahaan periode 2019-2023 :

¹⁰¹ Vony S. Wulandari and Astri Fitria, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 8, no. 1 (2019): 1–19.

¹⁰² Indriani Suleman, Rizan Machmud, and Eriyana Fransisca Dunga, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 3 (2023): 963–74, <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/17972/5572>.

Tabel 4.4

SG Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023

N O	Kode	Pertumbuhan Penjualan					Rata-Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ADES	0.0373	-0.1929	0.3887	0.3806	0.1816	0.1591
2	BISI	0.0030	-0.2023	0.1116	0.1987	-0.0486	0.0125
3	BUDI	0.1347	-0.0925	0.2381	0.0022	0.1663	0.0898
4	CAMP	0.0706	-0.0703	0.0653	0.1082	0.0057	0.0359
5	CLEO	0.3099	-0.1066	0.1346	0.5170	0.2485	0.2207
6	CPIN	0.0867	-0.2749	0.2159	0.1000	0.0835	0.0422
7	EPMT	0.0787	0.0143	0.1388	0.0917	0.0171	0.0681
8	GOOD	0.0484	-0.0852	0.1399	0.1945	0.0031	0.0601
9	ICBP	0.1011	0.1027	0.2179	0.1407	0.0480	0.1221
10	INDF	0.0436	0.0671	0.2155	0.1156	0.0079	0.0899
11	JPFA	0.0803	0.0061	0.2141	0.0912	0.0450	0.0873
12	MYOR	0.0401	-0.0220	0.1400	0.0991	0.0266	0.0568
13	ROTI	0.2062	-0.0375	0.0235	0.1970	-0.0291	0.0720
14	SIMP	-0.0291	0.0604	0.3581	-0.0948	-0.1007	0.0388
15	SKLT	0.2259	-0.0214	0.0823	0.1345	0.1657	0.1174
16	STTP	0.2425	-0.0473	0.2676	0.1626	-0.0333	0.1184
17	ULTJ	0.1404	-0.0439	0.1088	-0.1200	0.1484	0.0468
18	UNVR	0.0268	0.0012	-0.0797	0.0423	-0.0633	-0.0145
Rata-Rata		0.1026	-0.0525	0.1656	0.1312	0.0485	0.0791

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diketahui bahwa selama periode penelitian, rata-rata pertumbuhan penjualan dari perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang menjadi sampel adalah sebesar 7,91%. Perusahaan dengan rata-rata pertumbuhan penjualan tertinggi adalah PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) dengan nilai 22,07%, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan selama periode penelitian. Sebaliknya, perusahaan dengan rata-rata pertumbuhan penjualan terendah adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan nilai -1,45%, yang mengindikasikan adanya penurunan kinerja penjualan dalam lima tahun terakhir.

Secara umum, pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung memiliki strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, atau ekspansi bisnis yang sukses. Sebaliknya, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang negatif biasanya menghadapi tantangan seperti penurunan permintaan pasar, persaingan yang ketat, atau perubahan preferensi konsumen.

4.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan aspek fundamental dalam analisis keuangan yang mencerminkan besarnya aset, pendapatan, atau kapitalisasi pasar suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur berdasarkan *Logaritma natural (Ln)* total aset. Dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals*, ukuran perusahaan berperan penting dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam mengakses pendanaan eksternal, efisiensi operasional, serta daya saingnya di pasar. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil, yang lebih rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi.¹⁰³ Berikut hasil tabel perhitungan ukuran perusahaan dari sampel perusahaan periode 2019-2023 :

¹⁰³ Yuliana Gultom, Tuti Meutia, and Iqlima Azhar, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Stabilitas Keuangan, Tekanan Eksternal Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI)," *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EMBA)* 3, no. 2 (2022): 599–610.

Tabel 4.5

SIZE Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023

NO	Kode	Ukuran Perusahaan					Rata-Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ADES	27.44	27.59	27.90	28.13	28.37	27.88
2	BISI	28.71	28.70	28.77	28.86	28.99	28.81
3	BUDI	28.73	28.72	28.73	28.79	28.83	28.76
4	CAMP	27.69	27.71	27.77	27.70	27.72	27.72
5	CLEO	27.85	27.90	27.93	28.21	28.46	28.07
6	CPIN	31.01	31.07	31.20	31.32	31.34	31.19
7	EPMT	29.79	29.85	29.91	29.97	30.02	29.91
8	GOOD	29.25	29.53	29.54	29.62	29.64	29.52
9	ICBP	31.29	32.27	32.40	32.38	32.41	32.15
10	INDF	32.20	32.73	32.82	32.83	32.86	32.69
11	JPFA	30.86	30.89	30.98	31.12	31.16	31.00
12	MYOR	30.58	30.62	30.62	30.73	30.80	30.67
13	ROTI	29.17	29.12	29.06	29.05	29.00	29.08
14	SIMP	31.18	31.20	31.21	31.22	31.19	31.20
15	SKLT	27.40	27.37	27.51	27.66	27.88	27.57
16	STTP	28.69	28.87	29.00	29.16	29.33	29.01
17	ULTJ	29.52	29.80	29.63	29.63	29.65	29.65
18	UNVR	30.66	30.65	30.58	30.54	30.44	30.57
Rata-Rata		29.56	29.70	29.75	29.83	29.89	29.75

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa selama periode penelitian rata-rata ukuran perusahaan dari perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang menjadi sampel adalah sebesar 29,75. Perusahaan dengan rata-rata ukuran terbesar adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan nilai 32,69, menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki skala operasional yang luas serta aset dan pendapatan yang lebih besar dibandingkan perusahaan lain di sektor ini. Sementara itu, perusahaan dengan rata-rata ukuran terkecil adalah PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) dengan nilai 27,72, yang mencerminkan skala usaha yang lebih kecil serta potensi ekspansi yang masih berkembang.

Standar ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset, di mana perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung memiliki stabilitas finansial yang lebih baik. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin kuat posisi perusahaan dalam industri dan semakin besar sumber daya yang dimiliki untuk mendukung operasional serta ekspansi bisnis. Perusahaan berukuran besar umumnya lebih mampu mengakses pendanaan, menghadapi risiko bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional. Sebaliknya, perusahaan dengan ukuran lebih kecil mungkin memiliki keterbatasan dalam sumber daya dan akses pendanaan, yang dapat mempengaruhi daya saing dan pertumbuhan jangka panjang.

4.2.4 Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan elemen kunci dalam manajemen perusahaan yang menentukan arah dan daya saing organisasi dalam menghadapi dinamika pasar. Dalam penelitian ini, strategi bisnis dikategorikan menjadi strategi defender dan prospector, sesuai dengan model yang dikembangkan oleh Miles & Snow (1978).¹⁰⁴ Strategi defender diterapkan oleh perusahaan yang lebih fokus pada efisiensi dan stabilitas pasar, dengan inovasi yang lebih terbatas dan pengendalian biaya yang ketat. Sebaliknya, strategi prospector digunakan oleh perusahaan yang agresif dalam inovasi, ekspansi pasar, serta penciptaan produk atau layanan baru. Pemilihan strategi ini berdampak pada berbagai aspek perusahaan, termasuk kinerja keuangan, struktur organisasi, dan daya saing industri.¹⁰⁵ Berikut hasil tabel perhitungan strategi bisnis dari sampel perusahaan periode 2019-2023 :

¹⁰⁴ Miles et al., "Organizational Strategy, Structure, and Process."

¹⁰⁵ Shaker A. Zahra and John A. Pearce, "Research Evidence On The Miles-Snow Typology," *Journal of Management* 16, no. 4 (1990): 751-68, <https://doi.org/10.1177/014920639001600407>.

Tabel 4.6

SB Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023

NO	Kode	Strategi Bisnis					Rata-Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ADES	1	1	1	1	1	1
2	BISI	1	0	0	1	1	0.6
3	BUDI	0	0	0	0	0	0
4	CAMP	1	1	1	1	1	1
5	CLEO	0	0	0	0	0	0
6	CPIN	0	0	0	0	0	0
7	EPMT	0	0	0	0	0	0
8	GOOD	1	1	0	0	0	0.4
9	ICBP	1	1	1	1	1	1
10	INDF	0	0	0	0	0	0
11	JPFA	0	0	0	0	0	0
12	MYOR	1	1	1	1	0	0.8
13	ROTI	1	1	1	1	1	1
14	SIMP	0	0	0	0	0	0
15	SKLT	1	1	1	1	1	1
16	STTP	1	1	1	1	1	1
17	ULTJ	0	0	0	0	1	0.2
18	UNVR	0	0	0	0	0	0
Rata-Rata		0.50	0.44	0.39	0.44	0.44	0.44

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, rata-rata perusahaan yang menerapkan strategi *prospector* selama periode penelitian adalah 44%, sedangkan 56% perusahaan lebih cenderung menggunakan strategi *defender* atau tidak mengadopsi strategi agresif dalam ekspansi bisnisnya. Perusahaan yang secara konsisten menerapkan strategi *prospector* seperti ADES, CAMP, ICBP, ROTI, SKLT, dan STTP menunjukkan kecenderungan untuk aktif melakukan inovasi, ekspansi pasar, dan pengembangan produk baru. Sebaliknya, perusahaan dengan strategi *defender* seperti BUDI, CLEO, CPIN, EPMT, INDF, JPFA, SIMP, dan UNVR lebih fokus pada efisiensi operasional,

mempertahankan pangsa pasar, dan menghindari risiko besar dalam ekspansi bisnisnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan cenderung menerapkan strategi *defender*, dengan beberapa perusahaan yang beralih ke strategi *prospector* dalam menghadapi perubahan pasar. Strategi *prospector* lebih umum digunakan dalam industri yang berkembang pesat, sementara strategi *defender* lebih dominan di sektor dengan persaingan ketat dan permintaan stabil.¹⁰⁶ Hal ini dapat mengindikasikan bahwa sebagian perusahaan lebih berhati-hati dalam ekspansi bisnisnya karena adanya faktor eksternal seperti ketidakpastian ekonomi atau perubahan regulasi. Pemilihan strategi bisnis ini juga dapat menjadi indikator bagaimana perusahaan dalam menghadapi persaingan.

3.2.5 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak dengan tetap berada dalam koridor hukum. Praktik ini sering kali melibatkan pemanfaatan celah dalam regulasi perpajakan untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan. Meskipun secara hukum tidak ilegal, penghindaran pajak dapat menimbulkan dilema etis dan risiko reputasi bagi perusahaan, terutama jika dianggap mengurangi kontribusi terhadap penerimaan negara.¹⁰⁷

Pengukuran penghindaran pajak dalam perusahaan dapat dilakukan menggunakan Cash Effective Tax Rate (CETR), yang menilai seberapa besar pajak yang benar-benar dibayarkan dibandingkan dengan laba sebelum pajak. CETR yang rendah

¹⁰⁶ Jeffrey S. Conant, Michael P. Mokwa, and P. Rajan Varadarajan, "Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance: A Multiple Measures-based Study," *Strategic Management Journal* 11, no. 5 (1990): 365–83, <https://doi.org/10.1002/smj.4250110504>.

¹⁰⁷ Michelle Hanlon and Shane Heitzman, "A Review of Tax Research," *Journal of Accounting and Economics* 50, no. 2–3 (2010): 127–78.

menunjukkan bahwa perusahaan membayar pajak dalam jumlah yang lebih kecil, yang dapat mencerminkan adanya strategi penghindaran pajak yang lebih agresif. Sebaliknya, CETR yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan membayar pajak dalam jumlah yang lebih proporsional terhadap laba yang dihasilkan, mencerminkan kepatuhan pajak yang lebih tinggi dan transparansi dalam pelaporan keuangan. Berikut hasil tabel perhitungan CETR (*Cash Effective Tax Ratio*) dari sampel perusahaan periode 2019-2023 :

Tabel 4.7

CETR Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023

N O	Kode	Penghindaran Pajak					Rata- Rata
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	ADES	0.1442	0.1137	0.1713	0.1767	0.2234	0.1659
2	BISI	0.3250	0.3191	0.2749	0.2276	0.2481	0.2789
3	BUDI	0.1841	0.0657	0.1130	0.1844	0.2018	0.1498
4	CAMP	0.2153	0.2987	0.1449	0.2099	0.2086	0.2155
5	CLEO	0.1564	0.1713	0.1732	0.1998	0.1494	0.1700
6	CPIN	0.4243	0.2446	0.2385	0.3749	0.5043	0.3573
8	EPMT	0.3296	0.1689	0.2128	0.2909	0.2809	0.2566
9	GOOD	0.2180	0.2875	0.2479	0.2269	0.2065	0.2374
10	ICBP	0.2173	0.1692	0.2836	0.2965	0.2345	0.2402
11	INDF	0.2699	0.2241	0.2475	0.3065	0.2770	0.2650
12	JPFA	0.4712	0.1997	0.2852	0.3925	0.3439	0.3385
15	MYOR	0.1705	0.2291	0.2626	0.1525	0.1443	0.1918
16	ROTI	0.1590	0.2019	0.1350	0.1433	0.2544	0.1787
18	SIMP	0.8726	0.2221	0.2809	0.3787	0.3803	0.4269
19	SKLT	0.2580	0.1666	0.1069	0.2902	0.2057	0.2055
20	STTP	0.1529	0.1499	0.2070	0.1772	0.1763	0.1727
22	ULTJ	0.2028	0.2259	0.2151	0.3319	0.1898	0.2331
23	UNVR	0.3151	0.1839	0.2465	0.2516	0.2433	0.2481
Rata-Rata		0.2826	0.2023	0.2137	0.2562	0.2485	0.2407

Berdasarkan tabel 4.7, rata-rata CETR perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2019-2023 adalah 0,2407. Perusahaan dengan rata-rata nilai CETR tertinggi ada pada SIMP

dengan nilai 0,4269, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini membayar pajak dalam jumlah yang lebih besar dibandingkan perusahaan lain di sektor yang sama. Ini mengindikasikan tingkat kepatuhan pajak yang tinggi dan minimnya indikasi penghindaran pajak.

Sebaliknya, perusahaan BUDI dengan nilai CETR rendah yaitu 0,1498, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini membayar pajak dalam proporsi yang lebih kecil terhadap laba sebelum pajak. Nilai CETR yang rendah ini dapat mengindikasikan adanya strategi efisiensi pajak atau bahkan praktik penghindaran pajak untuk meminimalkan beban pajak perusahaan. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan CETR rendah cenderung lebih agresif dalam mengurangi kewajibannya, sementara perusahaan dengan CETR tinggi lebih patuh terhadap regulasi perpajakan. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi investor ataupun pemangku kepentingan lainnya terhadap integritas dan transparansi perusahaan dalam melaporkan pajaknya.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Uji Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran statistik mengenai seluruh data dalam penelitian. Uji ini menghasilkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Data yang digunakan dalam pengujian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui analisis laporan keuangan tahunan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2019–2023.

Tabel 4.8
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensitas Modal	90	.1201	.7667	.392472	.1670848
Pertumbuhan Penjualan	90	-.2749	.5170	.079075	.1329828
Ukuran Perusahaan	90	27.37	32.86	29.7467	1.50673
Strategi Bisnis	90	0	1	.44	.500
Penghindaran Pajak	90	.0657	.8726	.240662	.1040353
Valid N (listwise)	90				

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, terdapat 90 data sampel valid yang telah dianalisis, yang berasal dari 18 perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) 2019 – 2023. Data diatas menjelaskan nilai *mean*, minimum, maximum dan standart deviasi pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut :

1. Intensitas Modal

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, dapat diketahui bahwa variabel intensitas modal yang diukur dengan *Capital Intensity Ratio* (CIR) yang mencerminkan alokasi modal dalam aktivitas operasional perusahaan memiliki rata-rata sebesar 0.392472 dengan standar deviasi sebesar 0.1670. Nilai standar deviasi yang mendekati rata-rata menunjukkan bahwa persebaran data intensitas modal cukup moderat dengan variasi nilai yang masih dalam rentang wajar. Selain itu, nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa distribusi data cukup stabil dan tidak terlalu menyebar jauh dari nilai tengah.

Nilai maksimum intensitas modal sebesar 0.7667 yang terdapat pada PT. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) tahun 2020. Nilai CIR tinggi, ini menunjukkan bahwa aset tetap mendominasi total aset perusahaan. Artinya, pada tahun 2020, CLEO memiliki investasi besar dalam aset tetap, seperti pabrik, mesin, dan fasilitas produksi baru. Nilai

minimumnya sebesar 0.1201 yang terdapat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) tahun 2021. Nilai CIR ICBP 2021 yang rendah disebabkan oleh total aset yang meningkat lebih cepat dibandingkan aset tetap, kurangnya investasi baru dalam aset tetap, peningkatan kas dan aset lancar, efisiensi operasional, atau penyusutan aset tetap. Hal ini bisa mencerminkan bahwa perusahaan lebih fleksibel dalam mengelola asetnya dan mengurangi ketergantungan pada investasi aset tetap.

2. Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, dapat diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan yang diukur dengan nilai *Sales Growth* (SG) dalam penelitian ini rata-rata mencapai 0.0790 dengan nilai standart deviasi 0.1329. Nilai rata-rata ini memberikan indikasi umum bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan yang diamati hanya sekitar 7,9%.

Nilai standart deviasi yang lebih besar dari rata-rata menunjukkan bahwa persebaran data pertumbuhan penjualan cukup tinggi dan terdapat variasi yang cukup besar antar perusahaan dalam sampel. Nilai pertumbuhan penjualan maksimum sebesar 0.5170 yang terdapat pada PT. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) tahun 2022. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan penjualan, strategi pemasaran yang efektif, dan inovasi produk yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan,

Nilai minimum sebesar -0.2749 yang terdapat pada PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) tahun 2020, yang menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti persaingan industri, kondisi ekonomi, atau strategi bisnis yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan.

3. Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan (*SIZE*) yang diukur dengan logaritma total aset perusahaan diperoleh rata-rata statistik ukuran perusahaan dalam sampel ini adalah 29.7467 dengan standar deviasi 1.50673. Nilai standar deviasi yang relatif kecil dibandingkan dengan rata-rata menunjukkan bahwa persebaran data ukuran perusahaan cukup terkonsentrasi di sekitar nilai tengah.

Nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 32.86 yang dimiliki oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2023. Ukuran perusahaan ini dilihat dari total aset INDF sebesar Rp 186.587.957.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan ini mempunyai kapasitas aset yang kuat dalam mendukung operasional dan ekspansi bisnis. Dengan total aset yang tinggi, perusahaan memiliki stabilitas dan daya saing lebih besar di industrinya.

Nilai minimumnya sebesar 27.37 yang dimiliki oleh perusahaan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) tahun 2020. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat variasi ukuran perusahaan dalam sampel. Total aset yang dimiliki sebesar Rp 773.863.042.440 yang lebih rendah dibandingkan perusahaan lain dalam sampel. Ukuran yang lebih kecil ini dapat mencerminkan kapasitas operasional yang terbatas, namun juga memungkinkan perusahaan lebih fleksibel dalam menyesuaikan strategi bisnisnya.

4. Strategi Bisnis

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, nilai strategi bisnis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua pendekatan yang berbeda, yaitu strategi *defender* dan *prospector*, yang diukur dengan nilai 0 untuk strategi *defender* dan 1 untuk strategi *prospector*. Dalam sampel ini diperoleh nilai rata-rata strategi bisnis mencapai 0.48 dengan standar deviasi 0.500. Nilai standar deviasi yang hampir sama dengan rata-rata menunjukkan bahwa distribusi antara kedua strategi bisnis

dalam sampel relatif seimbang. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada dominasi yang signifikan dari salah satu strategi bisnis dalam sampel perusahaan yang dianalisis.

Nilai minimum untuk strategi bisnis adalah 0, yang menunjukkan bahwa beberapa perusahaan dalam sampel memilih pendekatan *defender*, berfokus pada stabilitas dan efisiensi operasional. Selain itu, nilai maksimum adalah 1, yang mencerminkan bahwa ada perusahaan yang sepenuhnya mengadopsi strategi *prospector*, berupaya untuk mengeksplorasi pasar baru dan melakukan inovasi produk. Perusahaan yang memilih strategi *prospector* cenderung lebih agresif dalam mencari peluang pertumbuhan dan berinvestasi dalam inovasi. Di sisi lain, perusahaan dengan strategi *defender* lebih fokus pada pengelolaan sumber daya yang ada dan mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menilai kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini uji asumsi klasik meliputi beberapa uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual merupakan salah satu asumsi dalam analisis regresi linear, dan jika tidak terpenuhi, dapat memengaruhi akurasi hasil uji statistik. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test)* yang tersedia dalam program SPSS 25 for Windows. Data dianggap terdistribusi normal jika memiliki tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Selain itu, hasil uji normalitas dianalisis menggunakan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* untuk

memastikan ketepatan interpretasi data. Berikut adalah tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4.9

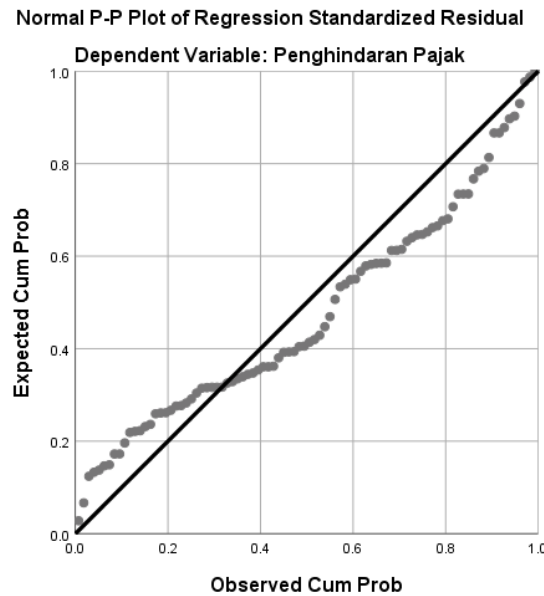
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.09249258
Most Extreme Differences	Absolute		.127
	Positive		.127
	Negative		-.102
Test Statistic			.127
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.100 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.093
		Upper Bound	.108

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Hasil uji K-S menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.001, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga secara statistik residual dianggap tidak berdistribusi normal. Namun, dengan menggunakan pendekatan *Monte Carlo* diperoleh nilai signifikansi 0.100 lebih dari 0.05 ($0.100 > 0.05$) dengan interval kepercayaan 99% antara 0.093 – 0.108. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ada penyimpangan, distribusi residual masih mendekati normal. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Uji Normalitas: Grafik Normal P-Plot



Sumber: data sekunder diolah, 2025

Selain itu, berdasarkan grafik *Normal P-P Plot* pada Gambar 4.2, titik-titik data tersebar mengikuti garis diagonal, yang semakin menguatkan bahwa residual dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai dengan asumsi normalitas yang diperlukan dalam analisis statistik.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen, karena hal ini dapat memengaruhi akurasi hasil analisis. Multikolinearitas dapat diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Suatu model dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Berikut adalah tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Intensitas Modal	.815	1.227
	Pertumbuhan Penjualan	.976	1.024
	Ukuran Perusahaan	.750	1.333
	Strategi Bisnis	.741	1.350

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Hasil uji multikolinearitas dalam Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel Intensitas Modal sebesar $0.815 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.227 < 10$. Nilai tolerance pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar $0.976 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.024 < 10$. Nilai tolerance pada variabel Ukuran Perusahaan sebesar $0.750 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.333 < 10$. Nilai tolerance pada variabel Strategi Bisnis sebesar $0.741 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.350 < 10$. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh variabel dalam model regresi memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi ini.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi variabilitas residual yang tidak konstan atau heteroskedastisitas. Jika hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap residual (nilai signifikansi $< 0,05$), maka terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model. Sebaliknya, jika tidak signifikan (nilai signifikansi $> 0,05$),

maka model tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.¹⁰⁸ Berikut tabel dari hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Spearman's Rho :

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
			Intensitas Modal	Pertumbuhan Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Strategi Bisnis	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Intensitas Modal	Correlation Coefficient	1.000	-.023	-.174	-.231*	-.098
		Sig. (2-tailed)	.	.827	.102	.029	.360
		N	90	90	90	90	90
	Pertumbuhan Penjualan	Correlation Coefficient	-.023	1.000	-.065	.089	.061
		Sig. (2-tailed)	.827	.	.545	.406	.570
		N	90	90	90	90	90
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	-.174	-.065	1.000	-.404**	-.107
		Sig. (2-tailed)	.102	.545	.	.000	.316
		N	90	90	90	90	90
	Strategi Bisnis	Correlation Coefficient	-.231*	.089	-.404**	1.000	.109
		Sig. (2-tailed)	.029	.406	.000	.	.360
		N	90	90	90	90	90

¹⁰⁸ Gujarati, "Basic Econometrics 4th Ed."

		Sig. (2-tailed)	.029	.406	.000	.	.305
		N	90	90	90	90	90
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.098	.061	-.107	.109	1.000
		Sig. (2-tailed)	.360	.570	.316	.305	.
		N	90	90	90	90	90

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Hasil uji diatas menunjukkan nilai signifikansi untuk Intensitas Modal adalah 0.360 ($0.360 > 0.05$), Pertumbuhan Penjualan sebesar 0.570 ($0.570 > 0.05$), Ukuran Perusahaan sebesar 0.316 ($0.316 > 0.05$), dan Strategi Bisnis sebesar 0.109 ($0.109 > 0.05$). Karena seluruh variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga residual dalam model memiliki varians yang konstan dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam model regresi bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan antara kesalahan atau gangguan dari satu periode pengamatan dengan periode sebelumnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami masalah autokorelasi, karena hal ini dapat memengaruhi validitas hasil analisis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Runs Test*. *Runs Test* merupakan metode non-parametrik yang menguji apakah residual bersifat acak atau memiliki pola tertentu dalam distribusinya. Dalam uji ini, residual dipisahkan berdasarkan nilai median atau rata-rata, lalu dihitung jumlah perubahan dari satu kelompok ke kelompok lainnya. Jika residual

bersifat acak, maka jumlah run akan berada dalam kisaran yang diharapkan, sedangkan jika terdapat pola tertentu, maka jumlah run akan terlalu sedikit atau terlalu banyak.¹⁰⁹

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.02160
Cases < Test Value	45
Cases >= Test Value	45
Total Cases	90
Number of Runs	39
Z	-1.484
Asymp. Sig. (2-tailed)	.138
a. Median	

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.138, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.138 > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi bersifat acak dan tidak memiliki pola tertentu. Oleh karena itu, tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi ini sehingga asumsi independensi residual telah terpenuhi.

4.4 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menilai dan menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan juga untuk menentukan arah hubungan antara keduanya. Hasil dari analisis regresi ini diekspresikan dalam bentuk persamaan regresi, yang dapat memberikan informasi tentang seberapa signifikan variabel independen

¹⁰⁹ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23," 2016.

dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen. Hasil persamaan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.412	.244		-1.686	.096
	Intensitas Modal	-.010	.067	-.017	-.155	.877
	Pertumbuhan Penjualan	-.087	.076	-.111	-1.137	.259
	Ukuran Perusahaan	.023	.008	.331	2.974	.004
	Strategi Bisnis	-.037	.023	-.178	-1.586	.116

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan hasil regresi linear berganda yang ditampilkan dalam tabel Coefficients, persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + e$$

$$Y = -0,412 - 0,010X_1 - 0,087X_2 + 0,023X_3 - 0,037X_4 + e$$

Dimana:

- Y = penghindaran pajak
- a = konstanta
- x_1 = variabel intensitas modal
- x_2 = variabel pertumbuhan penjualan
- x_3 = variabel ukuran perusahaan
- x_4 = variabel strategi bisnis defender
- x_5 = variabel strategi bisnis prospector
- e = variabel pengganggu (*Disturbance error*)
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

Persamaan regresi diatas menunjukkan secara parsial antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen), dari perumusan tersebut dapat disimpulkan:

1. Nilai konstanta (α) dalam model regresi sebesar -0,412 menunjukkan bahwa tanpa kontribusi Intensitas Modal (X1), Pertumbuhan Perusahaan (X2), Ukuran Perusahaan (X3), dan Strategi Bisnis (X4), nilai Penghindaran Pajak (Y) akan bernilai -0,412. Tanda negatif pada konstanta ini menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen bernilai 0, maka nilai penghindaran pajak akan menurun menjadi -0,412.
2. Koefisien regresi untuk Intensitas Modal (X1) adalah -0,010. Nilai ini menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara Intensitas Modal (X1) dan Penghindaran Pajak (Y). Sehingga dapat diartikan bahwa, apabila nilai variabel lain adalah konstan, maka nilai Penghindaran Pajak (Y) akan menurun sebesar 0,010 setiap satu satuan Intensitas Modal (X1) ditingkatkan.
3. Koefisien regresi untuk Pertumbuhan Perusahaan (X2) adalah -0,087. Nilai ini menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara Pertumbuhan Perusahaan (X2) dan Penghindaran Pajak (Y). Sehingga dapat diartikan bahwa, apabila nilai variabel lain adalah konstan, maka nilai Penghindaran Pajak (Y) akan menurun sebesar 0,087 setiap satu satuan Pertumbuhan Perusahaan (X2) ditingkatkan.
4. Koefisien regresi untuk Ukuran Perusahaan (X3) adalah 0,023. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif (searah) antara Ukuran Perusahaan (X3) dan Penghindaran Pajak (Y). Sehingga dapat diartikan bahwa, apabila nilai variabel lain adalah konstan, maka nilai Penghindaran Pajak (Y) akan meningkat sebesar 0,023 setiap satu satuan Ukuran Perusahaan (X3) ditingkatkan.
5. Koefisien regresi untuk Strategi Bisnis (X4) adalah -0,037. Nilai ini menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara Strategi Bisnis (X4) dan Penghindaran Pajak (Y). Sehingga dapat diartikan bahwa, apabila nilai variabel lain adalah konstan, maka nilai Penghindaran Pajak

(Y) akan menurun sebesar 0,037 setiap satu satuan Strategi Bisnis (X4) ditingkatkan.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji F

Uji signifikansi simultan atau uji F merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen dalam model regresi. Dalam uji F, analisis dilakukan menggunakan ANOVA dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Sebaliknya, jika nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Untuk menghitung nilai F-tabel, digunakan rumus derajat kebebasan $df = n - k - 1$, di mana n adalah total sampel dan k adalah total variabel independen. Dalam penelitian ini, jumlah sampel $n = 90$, jumlah variabel independen $k = 4$, sehingga diperoleh $df = 90 - 4 - 1 = 85$. Berdasarkan tabel distribusi F, pada tingkat signifikansi (α) = 5%, diperoleh nilai F-tabel sebesar 2,48. Hasil uji F untuk model regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14

Uji Signifikansi Secara Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.202	4	.050	5.635	.000 ^b
Residual	.761	85	.009		
Total	.963	89			

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.14, nilai signifikan sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$) dan nilai F-hitung $>$ F tabel ($5.635 > 2.48$). Maka berkesimpulan bahwa variabel independen yang berupa intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu penghindaran pajak.

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Sementara itu, variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen menunjukkan adanya faktor lain di luar model yang memengaruhi variabel dependen. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.172	.0946439

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.15, didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,172, yang mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen yang terdiri dari intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap variabel dependen penghindaran pajak secara simultan (bersama-sama) hanya sebesar 17,2%. Sebaliknya, sekitar 82,8% penghindaran pajak dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.5.3 Uji Statistik T

Uji t-statistik yang juga dikenal sebagai uji signifikansi parsial, merupakan metode dalam pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) serta perbandingan antara t-hitung dan t-tabel. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) atau t-hitung lebih besar dari t-tabel ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$), maka variabel independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) atau t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$), maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.¹¹⁰ Berikut hasil uji signifikansi parsial dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16
Uji Signifikansi Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.412	.244		-1.686	.096
	Intensitas Modal	-.010	.067	-.017	-.155	.877
	Pertumbuhan Penjualan	-.087	.076	-.111	-1.137	.259
	Ukuran Perusahaan	.023	.008	.331	2.974	.004
	Strategi Bisnis	-.037	.023	-.178	-1.586	.116

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan uji t yang ditampilkan dalam tabel koefisien diatas, dapat disimpulkan :

¹¹⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.

1. Variabel Intensitas Modal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,877, yang lebih besar dari 0,05 ($0,877 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, sementara hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Selain itu, nilai t-hitung sebesar -0,155 lebih kecil dari t-tabel ($|-0,155| < 1,98667$), sehingga semakin menguatkan bahwa intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Dengan demikian, **hipotesis 1 ditolak**.
2. Variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,259, yang lebih besar dari 0,05 ($0,259 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, sementara hipotesis alternatif (H_2) ditolak.. Selain itu, nilai t-hitung sebesar -1,137 lebih kecil dari t-tabel ($|-1,137| < 1,98667$), sehingga semakin menguatkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Dengan demikian, **hipotesis 2 ditolak**.
3. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_3) diterima.. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 2,974 lebih besar dari t-tabel ($2,974 > 1,98667$), sehingga semakin menguatkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak. Dengan demikian, **hipotesis 3 diterima**.
4. Variabel Strategi Bisnis memiliki nilai signifikansi sebesar 0,116, yang lebih besar dari 0,05 ($0,116 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, sementara hipotesis alternatif (H_4) ditolak.. Selain itu, nilai t-hitung sebesar -1,586 lebih kecil dari t-tabel ($|-1,586| < 1,98667$), sehingga semakin menguatkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Dengan demikian, **hipotesis 4 ditolak**.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak

Intensitas modal mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan sumber daya finansial untuk operasional dan investasi. Meskipun intensitas modal tinggi dapat mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan beban pajak, hasil penelitian ini bertentangan dengan teori agensi, yang mengasumsikan perusahaan berusaha mengurangi pajak untuk meningkatkan keuntungan. Sebaliknya, perusahaan dengan intensitas modal tinggi lebih fokus pada pertumbuhan jangka panjang dan kepatuhan pajak, bukan penghindaran pajak. Oleh karena itu, teori agensi tidak relevan dalam menjelaskan praktik penghindaran pajak dalam konteks perusahaan yang diteliti.

Dalam analisis data yang dilakukan, intensitas modal tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2020. Rata-rata intensitas modal sebesar 0,3925, namun intensitas modal yang positif tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Misalnya, PT CLEO mencatat rata-rata intensitas modal sebesar 0,7464 dengan tingkat penghindaran pajak sebesar 0,1700. Sementara itu, PT EPMT menunjukkan rata-rata intensitas modal sebesar 0,1511, namun tingkat penghindaran pajaknya justru lebih tinggi yaitu 0,2566. Meskipun beberapa perusahaan menunjukkan tingkat intensitas modal yang tinggi, hal ini tidak serta-merta berkorelasi dengan perilaku penghindaran pajak. Perusahaan dengan tingkat intensitas modal tinggi seperti CLEO justru mungkin tetap patuh terhadap kewajiban pajaknya, sementara perusahaan lain dengan intensitas modal rendah juga tidak otomatis menghindari pajak. Hal ini disebabkan karena adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan strategi penghindaran pajak.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel intensitas modal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,877, yang lebih besar dari 0,05 ($0,877 > 0,05$). Selain itu, nilai t-hitung sebesar -0,155 lebih kecil dari t-tabel ($|-0,155| < 1,98667$), sehingga menunjukkan bahwa intensitas modal tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Intensitas modal diukur dengan rasio total aset tetap dibagi dengan total aset, yang mencerminkan ketergantungan perusahaan terhadap aset tetap untuk operasionalnya. Perusahaan dengan rasio ini yang lebih tinggi mungkin memiliki kapasitas lebih besar untuk memanfaatkan penyusutan aset tetap sebagai pengurang laba kena pajak. Namun, meskipun penyusutan dapat mengurangi beban pajak, penghindaran pajak tidak hanya bergantung pada jumlah aset tetap yang dimiliki perusahaan. Faktor-faktor lain, seperti kebijakan perpajakan, pengelolaan pendapatan, dan regulasi pajak yang berlaku, juga berperan penting dalam menentukan apakah perusahaan terlibat dalam praktik penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari & Dewi (2024) yang menyatakan bahwa intensitas modal merupakan besarnya investasi yang dilakukan perusahaan dalam bentuk aset tetap yang digunakan oleh perusahaan untuk memproduksi dan menghasilkan laba. Intensitas modal menekankan pada seberapa besar komposisi dari aktiva tetap terhadap total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar komposisinya, maka biaya depresiasi atau penyusutan dari aktiva tersebut juga besar sehingga biaya perusahaan juga akan besar. Perusahaan tidak secara sengaja mempertahankan proporsi aset yang besar untuk menghindari pajak, melainkan menggunakan aset tetap tersebut untuk tujuan operasional. Oleh karena itu, proporsi aset

tetap yang tinggi tidak akan mempengaruhi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.¹¹¹

4.6.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang penting dalam mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan usahanya selama periode tertentu. Dalam konteks Teori Agensi, hubungan antara pemerintah dan perusahaan berfokus pada interaksi antara pihak yang bertindak sebagai prinsipal dan agen. Pemerintah mengharapkan perusahaan sebagai agen untuk mematuhi kewajiban perpajakan yang berlaku dan mengelola sumber daya secara efisien, salah satunya dengan meningkatkan penjualan yang berpotensi meningkatkan laba dan keuntungan. Namun, dalam praktiknya, perusahaan mungkin berusaha untuk meminimalkan beban pajak mereka melalui strategi penghindaran pajak, yang dapat menguntungkan perusahaan tetapi merugikan pemerintah sebagai prinsipal.

Dalam analisis data yang dilakukan, pertumbuhan penjualan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2020. Rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 0,0791, namun pertumbuhan yang positif tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Misalnya, PT CLEO mencatat rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 0,2207 dengan tingkat penghindaran pajak sebesar 0,1700. PT ADES juga memiliki rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 0,1591 dengan rata-rata penghindaran pajak sebesar 0,1659. Sementara itu, PT UNVR menunjukkan rata-rata pertumbuhan penjualan negatif sebesar -0,0145, namun tingkat penghindaran

¹¹¹ Lestari and Dewi, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak."

pajaknya justru lebih tinggi yaitu 0,2481. Hal ini disebabkan karena adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan strategi penghindaran pajak, seperti kebijakan internal perusahaan dan regulasi perpajakan. Dengan demikian, meskipun perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan yang tinggi, hal tersebut tidak selalu berdampak langsung pada tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah atau lebih tinggi.

Perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan tinggi cenderung memiliki potensi laba yang lebih besar, faktor-faktor lain seperti struktur modal, kebijakan perpajakan perusahaan, dan kondisi ekonomi dapat lebih berperan dalam mempengaruhi praktik penghindaran pajak. Selain itu, meskipun ada peningkatan profitabilitas karena pertumbuhan penjualan, perusahaan mungkin lebih memilih untuk mematuhi kewajiban perpajakan guna menjaga reputasi dan menghindari masalah hukum yang berisiko di masa depan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,259, yang lebih besar dari 0,05 ($0,259 > 0,05$). Selain itu, nilai t-hitung sebesar -1,137 lebih kecil dari t-tabel ($|-1,137| < 1,98667$), sehingga semakin menguatkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Meskipun perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan yang positif atau negatif, hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan penghindaran pajak yang diterapkan oleh perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Ananda, Herawati & Samasta (2023), yang menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan yang memiliki volume penjualan tinggi dengan laba yang besar menimbulkan beban pajak yang besar. Akan tetapi pada kenyataannya semakin meningkat penjualan perusahaan maka PPN-masukan yang harus dibayar perusahaan pun juga akan semakin tinggi sehingga walaupun peningkatan penjualan mampu mengurangi pajak

penghasilan namun pertumbuhan penjualan juga akan menimbulkan biaya yang besar terhadap PPN-masukan yang harus dibayar, sehingga pertumbuhan penjualan yang besar ataupun kecil sama-sama mengeluarkan biaya pajak yang tinggi.¹¹²

4.6.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak

Ukuran perusahaan merujuk pada ukuran atau skala perusahaan yang dapat diukur dengan berbagai indikator, salah satunya adalah total aset. Total aset mencerminkan nilai keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat digunakan untuk menunjang aktivitas operasional dan pengembangan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menunjukkan besar kecilnya sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar biasanya memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks, akses yang lebih luas terhadap sumber daya keuangan, serta kemampuan yang lebih tinggi dalam melakukan perencanaan pajak untuk mengoptimalkan laba.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,974 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Temuan ini sejalan dengan teori agensi, di mana perusahaan sebagai agen memiliki kecenderungan untuk bertindak demi kepentingannya sendiri dengan mengurangi beban pajak guna meningkatkan laba setelah pajak. Perusahaan besar, karena memiliki lebih banyak sumber daya dan kompleksitas operasional, memiliki

¹¹² Ananda, Herawati, and Samasta, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak."

lebih banyak peluang untuk memanfaatkan celah-celah dalam regulasi perpajakan dibandingkan perusahaan kecil.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ananda, Herawati dan Samasta (2023), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula total asetnya. Perusahaan besar memanfaatkan asetnya yang besar pula karena akan timbul biaya-biaya yang ditimbulkan atas aset tersebut. Biaya-biaya yang timbul atas aset akan menjadi pengurang pada laba perusahaan tersebut, yang nantinya akan membuat beban pajak yang harus perusahaan bayarkan menjadi rendah. Hal ini membuat perusahaan besar cenderung melakukan penghindaran pajak karena memanfaatkan biaya-biaya dari asetnya yang besar guna meminimalkan beban pajak perusahaan.¹¹³

4.6.4 Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Penghindaran Pajak

Strategi bisnis merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan dalam menjalankan operasional dan mencapai tujuan keuangan serta non-keuangan. Secara teori, strategi prospector berpotensi meningkatkan penghindaran pajak, sedangkan strategi defender cenderung lebih patuh. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Perbedaan strategi baik prospector maupun defender tidak memengaruhi tingkat penghindaran pajak. Dalam konteks teori keagenan antara pemerintah dan perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa strategi bisnis bukan faktor utama dalam mendorong perilaku penghindaran pajak, melainkan ada faktor lain yang lebih berpengaruh.

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata strategi bisnis perusahaan dalam sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia menunjukkan nilai yang relatif stabil dengan rata-rata skor 0,44 selama periode 2019 hingga 2023. Beberapa

¹¹³ Ananda, Herawati, and Samasta.

perusahaan, seperti PT ADES memiliki nilai rata-rata 1 dengan tingkat penghindaran pajak 0,1659. Sebaliknya PT SIMP menunjukkan konsistensi dalam penerapan strategi bisnis dengan skor rata-rata 0 dengan penerapan strategi defender dengan rata-rata tingkat penghindaran pajak 0,4269. Walaupun terdapat variasi dalam tingkat penghindaran pajak antar perusahaan, strategi bisnis yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak yang dilakukan. Pada PT SIMP menunjukkan penghindaran pajak yang tinggi, penerapan strategi bisnis yang lebih fokus pada efisiensi dan pertumbuhan yang lebih terkendali tidak mempengaruhi langsung keputusan penghindaran pajak perusahaan tersebut. Begitu juga dengan perusahaan seperti PT ADES dan PT CAMP, yang meskipun memiliki strategi bisnis yang lebih defensif, tidak menunjukkan tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah secara signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun perusahaan mengimplementasikan berbagai strategi bisnis, penghindaran pajak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar strategi yang diterapkan. Kebijakan internal perusahaan dan regulasi perpajakan yang berlaku lebih berperan dalam mempengaruhi keputusan perusahaan dalam penghindaran pajak. Dengan demikian, meskipun strategi bisnis mungkin memiliki pengaruh terhadap pengelolaan operasional dan efisiensi perusahaan, penghindaran pajak lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal dan kebijakan perusahaan yang lebih spesifik daripada hanya jenis strategi bisnis yang diterapkan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel strategi bisnis memiliki nilai t-hitung sebesar -1.586 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.116. Nilai ini lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penghindaran pajak. Artinya, perubahan dalam strategi bisnis baik itu strategi prospector maupun defender tidak secara nyata memengaruhi

tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang menerapkan strategi prospector maupun defender tidak menunjukkan perbedaan berarti dalam perilaku penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Wardani & Khoiriyah (2018), yang menyatakan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan karena rata-rata perusahaan masih belum dapat menetapkan pola strategi bersaing yang konsisten dari tahun ke tahun. Akibat dari tidak konsistennya penerapan strategi, penggunaan strategi apapun tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap besaran tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Ketidakstabilan dalam penerapan strategi bisnis mungkin membuat perusahaan kesulitan untuk mengoptimalkan kebijakan pajak mereka secara efektif, sehingga tidak ada dampak langsung yang terlihat pada penghindaran pajak.¹¹⁴

¹¹⁴ Wardani and Khoiriyah, "Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak."

BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak pada perusahaan consumer non-cyclicals yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019-2023, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Intensitas modal tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar -0,155 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,877 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, tinggi rendahnya intensitas modal tidak mempengaruhi penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar -0,155 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,877 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar 2,974 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004 yang kurang dari 0,05. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

4. Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar -1,586 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,116

yang lebih besar dari 0,05. Artinya, strategi bisnis perusahaan tidak mempengaruhi penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, sementara intensitas modal, pertumbuhan perusahaan, dan strategi bisnis tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan lebih berperan dalam menentukan praktik penghindaran pajak.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan diantaranya :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan yang bergerak di sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk sektor industri lainnya yang mungkin memiliki karakteristik keuangan dan kebijakan perpajakan yang berbeda.
2. Penelitian ini menggunakan data selama periode 2019–2023, sehingga hasil yang diperoleh hanya mencerminkan kondisi dalam rentang waktu tersebut.
3. Penelitian ini hanya menguji pengaruh intensitas modal, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan strategi bisnis terhadap penghindaran pajak.

5.3 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya :

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat lebih transparan dalam kebijakan perpajakan yang diterapkan agar tidak menimbulkan risiko hukum maupun reputasi di masa depan. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan dampak dari strategi bisnis dalam perencanaan pajak

agar tetap sesuai dengan regulasi yang berlaku tanpa mengorbankan kepatuhan pajak.

2. Bagi Investor dan Pemangku Kepentingan

Investor disarankan untuk tidak hanya melihat profitabilitas perusahaan dalam mengambil keputusan investasi, tetapi juga mempertimbangkan kebijakan pajak yang diterapkan perusahaan.

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu memperkuat regulasi dan pengawasan terhadap praktik penghindaran pajak, khususnya pada perusahaan yang beroperasi di sektor *consumer non-cyclicals*. Peningkatan transparansi dan kepatuhan pajak dapat dilakukan melalui regulasi yang lebih ketat serta insentif pajak yang mendorong perusahaan untuk berkontribusi lebih besar terhadap penerimaan negara.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor industri agar dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak. Selain itu, dapat mempertimbangkan variabel lain seperti struktur kepemilikan, profitabilitas, leverage, atau tata kelola perusahaan, serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait motivasi perusahaan melakukan penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriyanto, Ratno, Azizah Setiyawati, and Dessy Noor Farida. "The Effect of Good Corporate Governance, Free Cash Flow, and Tax Planning on Earnings Management." *At-Taqaddum* 13, no. 1 (2021): 1–20.
- Ananda, Faricha Aulia, Ratna Herawati, and Almira Santi Samasta. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak." *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 4 (May 2023): 215–25.
- Anggraini, Fivi, Nadia Dwi Astri, and Arie Frinola Minovia. "Pengaruh Strategi Bisnis , Capital Intensity Dan Ultinationality Terhadap Tax Avoidance." *Influence of Business Strategy , Capital Intensity and Ultinationality on Tax Avoidance XIV*, no. 02 (2020): 36–45.
- Aprianto, Muhammad. "Pengaruh Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi." *Seminar Nasional Pakar Ke-2*, 2019, 2.14.1-2.14.10.
- Ariefiara, Dianwicakasih, Sidharta Utama, Ratna Wardhani, and Ning Rahayu. "Analisis Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak, Bukti Empiris Di Indonesia." *NASPA Journal* 18, no. 18 (2015): 1–27.
- Arifin, Johan, Ferry Khusnul Mubarak, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi. "The Effect of Zakat Literacy, Religiosity, and Income on the Decision to Pay Agricultural Zakat." *International Journal of Zakat* 7, no. 2 (2022): 115–23.
- Aryotama, Putra, and Amrie Firmansyah. "The Effect of Business Strategy on Tax Avoidance in Indonesia's Consumer Goods Industry." *Public Sector Accountants and Quantum Leap*, 2020, 235–39.
- Azuar Juliandi, Irfan, and Saprinan Manurung. "Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep Dan Aplikasi." *Medan: UMSU Perss*, 2014.
- Cahyani, Alya Zulfa, Syahril Djaddang, and Mombang Sihite. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 1 (2021): 122–35.
- Conant, Jeffrey S., Michael P. Mokwa, and P. Rajan Varadarajan. "Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance: A Multiple Measures- based Study." *Strategic Management Journal* 11, no. 5 (1990): 365–83. <https://doi.org/10.1002/smj.4250110504>.
- Darmawan, I Gede Hendy, and I Made Sukartha. "Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return on Assets, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2014, 143–61.
- Dyrenge, Scott, and Edward L Maydew. "Long-Run Corporate Tax Avoidance." *The Accounting Review* 83, no. 1 (2005): 61–82.
- Fadila, Anisa Nur, and Cahyani Nuswandari. "Apa Saja Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham." *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 15, no. 2 (2022): 283–93. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.837>.

- Fatimah. "Dampak Penghindaran Pajak Indonesia Diperkirakan Rugi Rp 68,7 Triliun." pajakku, 2023. <https://www.pajakku.com/read/5fbf28b52ef363407e21ea80/DampakPenghindaran-Pajak-Indonesia-Diperkirakan-Rugi-Rp-687-Triliun>.
- Fauziah, Frida, and Kurnia. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya* 10, no. 4 (2021): 1–21. <https://finance.detik.com>.
- Field, Andy. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Sage publications limited, 2024.
- Fiska. "Pengertian Dan Hubungan Teori Keagenan." Gramedia Blog, n.d. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-keagenan/>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- . "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23," 2016.
- Gujarati, Damodar N. "Basic Econometrics 4th Ed.," 2002.
- Gula, Valeria Eldyn, and Susi Dwi Mulyani. "Pengaruh Capital Intensity Dan Deferred Tax Expense Terhadap Tax Avoidance Dengan Menggunakan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Moderasi," 2020.
- Gultom, Yuliana, Tuti Meutia, and Iqlima Azhar. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Stabilitas Keuangan, Tekanan Eksternal Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EMBA)* 3, no. 2 (2022): 599–610.
- Hambrick, Donald C. "Some Tests of the Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategic Types." *Academy of Management Journal* 26, no. 1 (1983): 5–26.
- Hanlon, Michelle, and Shane Heitzman. "A Review of Tax Research." *Journal of Accounting and Economics* 50, no. 2–3 (2010): 127–78.
- Higgins, Danielle, Thomas C Omer, and John D Phillips. "Does a Firm's Business Strategy Influence Its Level of Tax Avoidance?" In *2011 American Taxation Association Midyear Meeting: JATA Conference*, 2011.
- Hoque, Md Jahirul, Mohammad Z H Bhuiyan, and Afzal Ahmad. "Tax Evasion and Avoidance Crimes—A Study on Some Corporate Firms of Bangladesh." *Tax Management* 2, no. 2 (2011): 118–23.
- Januwito, Ferbianus. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Capital Intensity Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2022): 343–53.
- Kessler, J. "British Tax Review." *Tax Avoidance Purpose and Section 741 of Taxes Act 1988*, 2004.
- Khayati, Asri, Roro Diah Puspita Sari, and Axel Giovanni. "Nilai Tambah Modal

- Manusia Dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals.” *Borobudur Management Review* 2, no. 2 (2022): 169–89.
- Kinasih, Rr. Febriyanti Arya, Maslichah Maslichah, and Dwiyan Sudaryanti. “Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak.” *E-JRA* 10, no. 07 (2021): 13–24.
- Lanis, Roman, and Grant Richardson. “Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis.” *Journal of Accounting and Public Policy* 31, no. 1 (2012): 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>.
- Lestari, Lestari, and Eka Kusuma Dewi. “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Umur Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.” *Jurnal Akuntansi Bareleng* 8, no. 2 (2024): 106–20.
- Lopo Martinez, Antonio, and Bruno Afonso Ferreira. “Business Strategy and Tax Aggressiveness in Brazil.” *Journal of Strategy and Management* 12, no. 4 (2019): 522–35.
- Lubis, Zainuddin. “Tafsir Surat Al-Hasyr Ayat 18: Anjuran Untuk Muhasabah Diri,” n.d. <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-hasyr-ayat-18-anjuran-untuk-muhasabah-diri-TYp1j%0A>.
- . “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 5: Dalil Tentang Al-Hajru Atau Penangguhan Transaksi,” n.d. <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-an-nisa-ayat-5-dalil-tentang-al-hajru-atau-penangguhan-transaksi-IUbL2>.
- Mardiana, Anis, and Eny Purwaningsih. “Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal Dan Kompetensi Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak.” *EKALAYA Jurnal Ekonomi Akuntansi* 1, no. 1 (2023): 22–35.
- Mardiasmo. *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Margaretha, Amandha Cahyamustika, and Rachmawati Meita Oktaviani. “Pengaruh Profitabilitas, Intensitas Modal, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Penghindaran Pajak.” *Jurnal GeoEkonomi* 15, no. 1 (2024): 1–13.
- Marta, Desviya, and Nofryanti Nofryanti. “Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 28, no. 1 (January 30, 2023): 55–65.
- Miles, R. E., C. C. Snow, A. D. Meyer, and H. J. Coleman. “Organizational Strategy, Structure, and Process.” *Academy of Management Review. Academy of Management* 3, no. 3 (1978): 546–62.
- Mustika, Uray Ndaru. “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Equator Journal of Management and Entrepreneurship* 7, no. 1 (2017): 1–20.
- Ni Luh Putri Setyastrini. “Koneksi Politik Dan Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2023): 205–13. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1428>.
- Nurdiana, Rosalina. “The Effect of Environmental Uncertainty and Financial Distress on Tax Avoidance with Business Strategy as Moderating Variables.” *Eduvest - Journal*

of *Universal Studies* 1, no. 9 (2021): 943–51.

- Prawati, Levana Dhia, and Jessica Pinta Uli Hutagalung. “The Effect of Capital Intensity, Executive Characteristics, and Sales Growth on Tax Avoidance.” *Journal of Applied Finance & Accounting* 7, no. 2 (2020): 1–8.
- Prayogo, Mas Daud, and Desmiza Desmiza. “Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Return on Asset Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2018-2022.” *Efektor* 11, no. 1 (2024): 53–65.
- Putri, Yohana Febrianti Efendi, and Irwan Setiawan. “Pengaruh Capital Intensity, Strategi Bisnis Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance.” *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 421–28.
- Putri, Yosi Ika, and Nera Marinda Machdar. “Pengaruh Strategi Bisnis, Biaya Transfer, Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak Yang Dimoderasi Tanggung Jawab Sosial.” *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset* 2, no. 1 (2024): 279–93.
- Qudratullah, Mohammad Farhan. *Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus, Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Penerbit Andi, 2013.
- R.A Supriyono. *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Rahayu, E F A, S Nurlaela, and S Kurniati. “Effect of Profitability, Capital Intensity, Leverage, Sales Growth, and Company Size on Tax Avoidance.” *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 13, no. 1 (2023): 28–37.
- Rahmawati, Irna, and Mohammad Kholiq Mahfudz. “Analisis Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Likuiditas, Struktur Modal, Sales Growth, Struktur Aktiva, Size Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016).” *Diponegoro Journal Of Management* 7, no. 4 (2018): 1–14.
- Ramdhania, Diasya Zulfa, and Hayu Wikan Kinasih. “Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.” *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan* 10, no. 2 (2021): 93–106. <https://doi.org/10.35315/dakp.v10i2.8876>.
- Riadi, Muchlisin. “Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria Dan Indikator).” Retrieved from *KajianPustaka*. Com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>, 2020.
- Riza, Muhammad. “Maqashid Syariah Dalam Penerapan Pajak Kharaj Pada Masa Umar Bin Khattab RA.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2017): 1–14. <https://doi.org/10.32505/jebis.v2i2.181>.
- Sahara, Lia Ira. “Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Kualitas Audit Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance Dengan Karakter Eksekutif Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Lq 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 3 (2022): 507–15.

- Sapitri, Dina, and Hamida Hunein. "Pengaruh Manajemen Laba, Intensitas Modal Dan Umur Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Perusahaan Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 5, no. 4 (2022): 978–85. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i4.573>.
- Shaheila Roeswan. "Lihat Perbandingan Tax Ratio Indonesia Per Tahun Dan Antarnegara ASEAN Lainnya," 2023. <https://www.mib.group/news/lihat-perbandingan-tax-ratio-indonesia-per-tahun-dan-antarnegara-asean-lainnya#:~:text=Tax ratio sendiri secara umum,pajak sebesar 12%2C96%25>.
- Sholeha, Yeni Mar Atun. "Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance," 2019, 1–24.
- Sihombing, Sotarduga, and Susy Alestrian Sibagariang. *PERPAJAKAN (Teori Dan Aplikasi)*. Pertama. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Simons, Robert. "Performance Measurement & Control System for Implementing Strategy: Text & Cases." New Jersey: Pearson Education International., 2000.
- Siregar, Rifka, and Dini Widyawati. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 5, no. 2 (2016): 2460–0585.
- Siti Resmi. *Perpajakan : Teori Dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sudibyo, Heru Harmadi. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2022): 78–85.
- Suleman, Indriani, Rizan Machmud, and Eriyana Fransisca Dungga. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5, no. 3 (2023): 963–74. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/17972/5572>.
- "Surat Al-Kahfi Ayat 94," n.d. <https://tafsirweb.com/4920-surat-al-kahfi-ayat-94.html>.
- "Surat Al-Ma'idah Ayat 8," n.d. <https://tafsirweb.com/1892-surat-al-maidah-ayat-8.html>.
- "Surat Al-Mulk Ayat 15," n.d. Website quran.kemenag.go.id.
- "Surat An-Nisa Ayat 29," n.d. Website quran.kemenag.go.id.
- "Surat An-Nisa Ayat 5," n.d. Website quran.kemenag.go.id.
- Teague, Elizabeth. "Dokumen Panama." *Britannica Money*, 2017. <https://www.britannica.com/money/Panama-Papers>.
- Ubab, Alwi Jamalulel. "Tafsir Surat Al-Baqarah Ayat 177," n.d. <https://nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-177-ini-yang-membuat-hati-jadi-senang-IVvpy>.
- Umar Mai, Muhamad, and Setiawan. "Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Industri Manufaktur Kriteria Syariah Di Bursa Efek Indonesia."

Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan 8, no. 1 (2020): 159–70.

- Wahyuni, Indah Ayu Trie, and Ni Putu Santi Suryantini. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Penghematan Pajak Terhadap Struktur Modal.” Udayana University, 2014.
- Wardani, Dewi Kusuma, and Desi Khoiriyah. “Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.” *Akuntansi Dewantara* 2, no. 1 (2018): 25–36.
- Warno, Warno, and Ulul Fahmi. “Pengaruh Tax Avoidance Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ45.” *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi* 11, no. 2 (2020): 188–201.
- Wirajaya, Ary, and Ayu Sri Mahatma Dewi. “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4, no. 2 (2013): 358–72.
- Wulandari, Vony S., and Astri Fitria. “Pengaruh Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 8, no. 1 (2019): 1–19.
- Yusuf, Maulana, and Maryam. “Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Firm Value Yang Dimoderasi Oleh Transparansi Perusahaan.” *Journal Islamic Accounting Competency* 2, no. 1 (2022): 84–99.
- Zahra, Shaker A., and John A. Pearce. “Research Evidence On The Miles-Snow Typology.” *Journal of Management* 16, no. 4 (1990): 751–68. <https://doi.org/10.1177/014920639001600407>.

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Daftar Hasil Pengolahan Data CIR

NO	Kode	Tahun	CIR		Hasil
			Aset Tetap	Total Aset	
1	ADES	2019	405,448,000,000	822,375,000,000	0.4930
2	ADES	2020	351,626,000,000	958,791,000,000	0.3667
3	ADES	2021	503,588,000,000	1,304,108,000,000	0.3862
4	ADES	2022	708,363,000,000	1,645,582,000,000	0.4305
5	ADES	2023	745,409,000,000	2,085,182,000,000	0.3575
6	BISI	2019	480,957,000,000	2,941,056,000,000	0.1635
7	BISI	2020	492,340,000,000	2,914,979,000,000	0.1689
8	BISI	2021	497,760,000,000	3,132,202,000,000	0.1589
9	BISI	2022	515,181,000,000	3,410,481,000,000	0.1511
10	BISI	2023	721,419,000,000	3,901,820,000,000	0.1849
11	BUDI	2019	1,808,968,000,000	2,999,767,000,000	0.6030
12	BUDI	2020	1,699,087,000,000	2,963,007,000,000	0.5734
13	BUDI	2021	1,663,014,000,000	2,993,218,000,000	0.5556
14	BUDI	2022	1,582,871,000,000	3,173,651,000,000	0.4988
15	BUDI	2023	1,609,321,000,000	3,327,846,000,000	0.4836
16	CAMP	2019	208,167,764,816	1,057,529,235,985	0.1968
17	CAMP	2020	237,711,417,828	1,086,873,666,641	0.2187
18	CAMP	2021	198,170,686,974	1,147,260,611,703	0.1727
19	CAMP	2022	223,673,837,741	1,074,777,460,412	0.2081
20	CAMP	2023	328,169,901,126	1,088,726,193,209	0.3014
21	CLEO	2019	926,961,764,182	1,245,144,303,719	0.7445
22	CLEO	2020	993,154,588,208	1,310,940,121,622	0.7576
23	CLEO	2021	1,027,647,313,598	1,348,181,576,913	0.7622
24	CLEO	2022	1,372,642,123,456	1,790,304,606,780	0.7667
25	CLEO	2023	1,610,131,574,095	2,296,227,711,688	0.7012
26	CPIN	2019	13,521,979,000,000	29,353,041,000,000	0.4607
27	CPIN	2020	14,494,330,000,000	31,159,291,000,000	0.4652
28	CPIN	2021	16,255,596,000,000	35,446,051,000,000	0.4586
29	CPIN	2022	17,627,978,000,000	39,847,545,000,000	0.4424
30	CPIN	2023	17,690,442,000,000	40,970,800,000,000	0.4318
31	EPMT	2019	1,433,166,129,304	8,704,958,834,283	0.1646
32	EPMT	2020	1,531,423,663,540	9,211,731,059,218	0.1662
33	EPMT	2021	1,492,717,161,536	9,729,919,645,520	0.1534
34	EPMT	2022	1,452,829,050,343	10,402,356,853,033	0.1397
35	EPMT	2023	1,441,500,491,429	10,955,849,005,936	0.1316
36	GOOD	2019	2,715,366,689,138	5,063,067,672,414	0.5363

NO	Kode	Tahun	CIR		Hasil
37	GOOD	2020	3,397,630,861,930	6,670,943,518,686	0.5093
38	GOOD	2021	3,194,026,759,059	6,766,602,280,143	0.4720
39	GOOD	2022	3,176,839,184,209	7,327,371,934,290	0.4336
40	GOOD	2023	3,112,647,063,859	7,427,707,902,688	0.4191
41	ICBP	2019	11,342,412,000,000	38,709,314,000,000	0.2930
42	ICBP	2020	13,351,296,000,000	103,588,325,000,000	0.1289
43	ICBP	2021	14,175,833,000,000	118,066,628,000,000	0.1201
44	ICBP	2022	14,520,941,000,000	115,305,536,000,000	0.1259
45	ICBP	2023	14,710,911,000,000	119,267,076,000,000	0.1233
46	INDF	2019	43,072,504,000,000	96,198,559,000,000	0.4477
47	INDF	2020	45,862,919,000,000	163,136,516,000,000	0.2811
48	INDF	2021	46,751,821,000,000	179,356,193,000,000	0.2607
49	INDF	2022	47,410,528,000,000	180,433,300,000,000	0.2628
50	INDF	2023	47,295,092,000,000	186,587,957,000,000	0.2535
51	JPFA	2019	10,062,592,000,000	25,185,009,000,000	0.3995
52	JPFA	2020	11,143,803,000,000	25,951,760,000,000	0.4294
53	JPFA	2021	11,509,654,000,000	28,589,656,000,000	0.4026
54	JPFA	2022	12,497,177,000,000	32,690,887,000,000	0.3823
55	JPFA	2023	13,395,156,000,000	34,109,431,000,000	0.3927
56	MYOR	2019	4,674,963,819,225	19,037,918,806,473	0.2456
57	MYOR	2020	6,043,201,970,326	19,777,500,514,550	0.3056
58	MYOR	2021	6,376,788,515,278	19,917,653,265,528	0.3202
59	MYOR	2022	6,644,507,001,686	22,276,160,695,411	0.2983
60	MYOR	2023	8,159,841,794,537	23,870,404,962,472	0.3418
61	ROTI	2019	2,540,413,874,692	4,682,083,844,951	0.5426
62	ROTI	2020	2,434,486,072,405	4,452,166,671,985	0.5468
63	ROTI	2021	2,492,863,630,370	4,191,284,422,677	0.5948
64	ROTI	2022	2,493,688,426,380	4,130,321,616,083	0.6038
65	ROTI	2023	2,534,957,098,472	3,943,518,425,042	0.6428
66	SIMP	2019	20,342,294,000,000	34,910,838,000,000	0.5827
67	SIMP	2020	20,266,991,000,000	35,395,264,000,000	0.5726
68	SIMP	2021	19,510,043,000,000	35,979,302,000,000	0.5423
69	SIMP	2022	19,211,553,000,000	36,113,081,000,000	0.5320
70	SIMP	2023	18,737,957,000,000	35,012,351,000,000	0.5352
71	SKLT	2019	360,346,292,384	790,845,543,826	0.4556
72	SKLT	2020	355,052,455,562	773,863,042,440	0.4588
73	SKLT	2021	413,018,253,918	889,125,250,792	0.4645
74	SKLT	2022	438,766,634,381	1,033,289,474,829	0.4246
75	SKLT	2023	467,671,527,617	1,282,739,303,035	0.3646
76	STTP	2019	1,124,520,287,704	2,881,563,083,954	0.3902

NO	Kode	Tahun	CIR		Hasil
77	STTP	2020	1,538,988,540,784	3,448,995,059,882	0.4462
78	STTP	2021	1,552,703,249,576	3,919,243,683,748	0.3962
79	STTP	2022	1,585,273,559,920	4,590,737,849,889	0.3453
80	STTP	2023	1,635,687,431,376	5,482,234,635,262	0.2984
81	ULTJ	2019	1,556,666,000,000	6,608,422,000,000	0.2356
82	ULTJ	2020	1,715,401,000,000	8,754,116,000,000	0.1960
83	ULTJ	2021	2,165,353,000,000	7,406,856,000,000	0.2923
84	ULTJ	2022	2,260,183,000,000	7,376,375,000,000	0.3064
85	ULTJ	2023	2,346,120,000,000	7,523,956,000,000	0.3118
86	UNVR	2019	10,715,376,000,000	20,649,371,000,000	0.5189
87	UNVR	2020	10,419,902,000,000	20,534,632,000,000	0.5074
88	UNVR	2021	10,102,086,000,000	19,068,532,000,000	0.5298
89	UNVR	2022	9,536,027,000,000	18,318,114,000,000	0.5206
90	UNVR	2023	9,310,734,000,000	16,664,086,000,000	0.5587

Lampiran 1.2 Daftar Hasil Pengolahan Data SG

NO	Kode	Tahun	SG		Hasil
			Penjualan Periode Saat Ini	Penjualan Periode Sebelumnya	
1	ADES	2019	834,330,000,000	804,302,000,000	0.037334
2	ADES	2020	673,364,000,000	834,330,000,000	-0.19293
3	ADES	2021	935,075,000,000	673,364,000,000	0.388662
4	ADES	2022	1,290,992,000,000	935,075,000,000	0.380629
5	ADES	2023	1,525,445,000,000	1,290,992,000,000	0.181607
6	BISI	2019	2,272,410,000,000	2,265,615,000,000	0.002999
7	BISI	2020	1,812,762,000,000	2,272,410,000,000	-0.20227
8	BISI	2021	2,015,138,000,000	1,812,762,000,000	0.11164
9	BISI	2022	2,415,592,000,000	2,015,138,000,000	0.198723
10	BISI	2023	2,298,131,000,000	2,415,592,000,000	-0.04863
11	BUDI	2019	3,003,768,000,000	2,647,193,000,000	0.134699
12	BUDI	2020	2,725,866,000,000	3,003,768,000,000	-0.09252
13	BUDI	2021	3,374,782,000,000	2,725,866,000,000	0.238059
14	BUDI	2022	3,382,326,000,000	3,374,782,000,000	0.002235
15	BUDI	2023	3,944,953,000,000	3,382,326,000,000	0.166343
16	CAMP	2019	1,028,952,947,818	961,136,629,003	0.070558
17	CAMP	2020	956,634,474,111	1,028,952,947,818	-0.07028
18	CAMP	2021	1,019,133,657,275	956,634,474,111	0.065332
19	CAMP	2022	1,129,360,552,136	1,019,133,657,275	0.108157
20	CAMP	2023	1,135,790,489,555	1,129,360,552,136	0.005693

NO	Kode	Tahun	SG		Hasil
21	CLEO	2019	1,088,679,619,907	831,104,026,853	0.30992
22	CLEO	2020	972,634,784,176	1,088,679,619,907	-0.10659
23	CLEO	2021	1,103,519,743,574	972,634,784,176	0.134567
24	CLEO	2022	1,674,053,536,287	1,103,519,743,574	0.517013
25	CLEO	2023	2,090,115,884,030	1,674,053,536,287	0.248536
26	CPIN	2019	58,634,502,000,000	53,957,604,000,000	0.086677
27	CPIN	2020	42,518,782,000,000	58,634,502,000,000	-0.27485
28	CPIN	2021	51,698,249,000,000	42,518,782,000,000	0.215892
29	CPIN	2022	56,867,544,000,000	51,698,249,000,000	0.09999
30	CPIN	2023	61,615,850,000,000	56,867,544,000,000	0.083498
31	EPMT	2019	22,226,912,485,948	20,604,487,293,751	0.078741
32	EPMT	2020	22,545,419,368,639	22,226,912,485,948	0.01433
33	EPMT	2021	25,673,756,765,637	22,545,419,368,639	0.138757
34	EPMT	2022	28,027,488,218,598	25,673,756,765,637	0.091678
35	EPMT	2023	28,507,872,779,591	28,027,488,218,598	0.01714
36	GOOD	2019	8,438,631,355,699	8,048,946,664,266	0.048414
37	GOOD	2020	7,719,379,796,413	8,438,631,355,699	-0.08523
38	GOOD	2021	8,799,579,901,024	7,719,379,796,413	0.139934
39	GOOD	2022	10,510,942,813,705	8,799,579,901,024	0.194482
40	GOOD	2023	10,543,572,559,649	10,510,942,813,705	0.003104
41	ICBP	2019	42,296,703,000,000	38,413,407,000,000	0.101092
42	ICBP	2020	46,641,048,000,000	42,296,703,000,000	0.102711
43	ICBP	2021	56,803,733,000,000	46,641,048,000,000	0.217891
44	ICBP	2022	64,797,516,000,000	56,803,733,000,000	0.140726
45	ICBP	2023	67,909,901,000,000	64,797,516,000,000	0.048032
46	INDF	2019	76,592,955,000,000	73,394,728,000,000	0.043576
47	INDF	2020	81,731,469,000,000	76,592,955,000,000	0.067089
48	INDF	2021	99,345,618,000,000	81,731,469,000,000	0.215512
49	INDF	2022	110,830,272,000,000	99,345,618,000,000	0.115603
50	INDF	2023	111,703,611,000,000	110,830,272,000,000	0.00788
51	JPFA	2019	36,742,561,000,000	34,012,965,000,000	0.080252
52	JPFA	2020	36,964,948,000,000	36,742,561,000,000	0.006053
53	JPFA	2021	44,878,300,000,000	36,964,948,000,000	0.214077
54	JPFA	2022	48,972,085,000,000	44,878,300,000,000	0.09122
55	JPFA	2023	51,175,898,000,000	48,972,085,000,000	0.045001
56	MYOR	2019	25,026,739,472,547	24,060,802,395,725	0.040146
57	MYOR	2020	24,476,953,742,651	25,026,739,472,547	-0.02197
58	MYOR	2021	27,904,558,322,183	24,476,953,742,651	0.140034
59	MYOR	2022	30,669,405,967,404	27,904,558,322,183	0.099082
60	MYOR	2023	31,485,008,185,525	30,669,405,967,404	0.026593

NO	Kode	Tahun	SG		Hasil
61	ROTI	2019	3,337,022,314,624	2,766,545,866,684	0.206205
62	ROTI	2020	3,212,034,546,032	3,337,022,314,624	-0.03745
63	ROTI	2021	3,287,623,237,457	3,212,034,546,032	0.023533
64	ROTI	2022	3,935,182,048,668	3,287,623,237,457	0.196969
65	ROTI	2023	3,820,532,634,926	3,935,182,048,668	-0.02913
66	SIMP	2019	13,650,388,000,000	14,059,450,000,000	-0.0291
67	SIMP	2020	14,474,700,000,000	13,650,388,000,000	0.060387
68	SIMP	2021	19,658,529,000,000	14,474,700,000,000	0.35813
69	SIMP	2022	17,794,246,000,000	19,658,529,000,000	-0.09483
70	SIMP	2023	16,002,643,000,000	17,794,246,000,000	-0.10068
71	SKLT	2019	1,281,116,255,236	1,045,029,834,378	0.225914
72	SKLT	2020	1,253,700,810,596	1,281,116,255,236	-0.0214
73	SKLT	2021	1,356,846,112,540	1,253,700,810,596	0.082273
74	SKLT	2022	1,539,310,803,104	1,356,846,112,540	0.134477
75	SKLT	2023	1,794,345,306,509	1,539,310,803,104	0.165681
76	STTP	2019	3,512,509,168,853	2,826,957,323,397	0.242505
77	STTP	2020	3,346,300,254,825	3,512,509,168,853	-0.04732
78	STTP	2021	4,241,856,914,012	3,346,300,254,825	0.267626
79	STTP	2022	4,931,553,771,470	4,241,856,914,012	0.162593
80	STTP	2023	4,767,207,433,046	4,931,553,771,470	-0.03333
81	ULTJ	2019	6,241,419,000,000	5,472,882,000,000	0.140426
82	ULTJ	2020	5,967,362,000,000	6,241,419,000,000	-0.04391
83	ULTJ	2021	6,616,642,000,000	5,967,362,000,000	0.108805
84	ULTJ	2022	5,822,679,000,000	6,616,642,000,000	-0.11999
85	ULTJ	2023	6,686,968,000,000	5,822,679,000,000	0.148435
86	UNVR	2019	42,922,563,000,000	41,802,073,000,000	0.026805
87	UNVR	2020	42,972,474,000,000	42,922,563,000,000	0.001163
88	UNVR	2021	39,545,959,000,000	42,972,474,000,000	-0.07974
89	UNVR	2022	41,218,881,000,000	39,545,959,000,000	0.042303
90	UNVR	2023	38,611,401,000,000	41,218,881,000,000	-0.06326

Lampiran 1.3 Daftar Hasil Pengolahan Data SIZE

NO	Kode	Tahun	SIZE	Hasil
			Total Aset	
1	ADES	2019	822,375,000,000	27.44
2	ADES	2020	958,791,000,000	27.59
3	ADES	2021	1,304,108,000,000	27.90
4	ADES	2022	1,645,582,000,000	28.13

NO	Kode	Tahun	SIZE	Hasil
5	ADES	2023	2,085,182,000,000	28.37
6	BISI	2019	2,941,056,000,000	28.71
7	BISI	2020	2,914,979,000,000	28.70
8	BISI	2021	3,132,202,000,000	28.77
9	BISI	2022	3,410,481,000,000	28.86
10	BISI	2023	3,901,820,000,000	28.99
11	BUDI	2019	2,999,767,000,000	28.73
12	BUDI	2020	2,963,007,000,000	28.72
13	BUDI	2021	2,993,218,000,000	28.73
14	BUDI	2022	3,173,651,000,000	28.79
15	BUDI	2023	3,327,846,000,000	28.83
16	CAMP	2019	1,057,529,235,985	27.69
17	CAMP	2020	1,086,873,666,641	27.71
18	CAMP	2021	1,147,260,611,703	27.77
19	CAMP	2022	1,074,777,460,412	27.70
20	CAMP	2023	1,088,726,193,209	27.72
21	CLEO	2019	1,245,144,303,719	27.85
22	CLEO	2020	1,310,940,121,622	27.90
23	CLEO	2021	1,348,181,576,913	27.93
24	CLEO	2022	1,790,304,606,780	28.21
25	CLEO	2023	2,296,227,711,688	28.46
26	CPIN	2019	29,353,041,000,000	31.01
27	CPIN	2020	31,159,291,000,000	31.07
28	CPIN	2021	35,446,051,000,000	31.20
29	CPIN	2022	39,847,545,000,000	31.32
30	CPIN	2023	40,970,800,000,000	31.34
31	EPMT	2019	8,704,958,834,283	29.79
32	EPMT	2020	9,211,731,059,218	29.85
33	EPMT	2021	9,729,919,645,520	29.91
34	EPMT	2022	10,402,356,853,033	29.97
35	EPMT	2023	10,955,849,005,936	30.02
36	GOOD	2019	5,063,067,672,414	29.25
37	GOOD	2020	6,670,943,518,686	29.53
38	GOOD	2021	6,766,602,280,143	29.54
39	GOOD	2022	7,327,371,934,290	29.62
40	GOOD	2023	7,427,707,902,688	29.64
41	ICBP	2019	38,709,314,000,000	31.29
42	ICBP	2020	103,588,325,000,000	32.27
43	ICBP	2021	118,066,628,000,000	32.40
44	ICBP	2022	115,305,536,000,000	32.38

NO	Kode	Tahun	SIZE	Hasil
45	ICBP	2023	119,267,076,000,000	32.41
46	INDF	2019	96,198,559,000,000	32.20
47	INDF	2020	163,136,516,000,000	32.73
48	INDF	2021	179,356,193,000,000	32.82
49	INDF	2022	180,433,300,000,000	32.83
50	INDF	2023	186,587,957,000,000	32.86
51	JPFA	2019	25,185,009,000,000	30.86
52	JPFA	2020	25,951,760,000,000	30.89
53	JPFA	2021	28,589,656,000,000	30.98
54	JPFA	2022	32,690,887,000,000	31.12
55	JPFA	2023	34,109,431,000,000	31.16
56	MYOR	2019	19,037,918,806,473	30.58
57	MYOR	2020	19,777,500,514,550	30.62
58	MYOR	2021	19,917,653,265,528	30.62
59	MYOR	2022	22,276,160,695,411	30.73
60	MYOR	2023	23,870,404,962,472	30.80
61	ROTI	2019	4,682,083,844,951	29.17
62	ROTI	2020	4,452,166,671,985	29.12
63	ROTI	2021	4,191,284,422,677	29.06
64	ROTI	2022	4,130,321,616,083	29.05
65	ROTI	2023	3,943,518,425,042	29.00
66	SIMP	2019	34,910,838,000,000	31.18
67	SIMP	2020	35,395,264,000,000	31.20
68	SIMP	2021	35,979,302,000,000	31.21
69	SIMP	2022	36,113,081,000,000	31.22
70	SIMP	2023	35,012,351,000,000	31.19
71	SKLT	2019	790,845,543,826	27.40
72	SKLT	2020	773,863,042,440	27.37
73	SKLT	2021	889,125,250,792	27.51
74	SKLT	2022	1,033,289,474,829	27.66
75	SKLT	2023	1,282,739,303,035	27.88
76	STTP	2019	2,881,563,083,954	28.69
77	STTP	2020	3,448,995,059,882	28.87
78	STTP	2021	3,919,243,683,748	29.00
79	STTP	2022	4,590,737,849,889	29.16
80	STTP	2023	5,482,234,635,262	29.33
81	ULTJ	2019	6,608,422,000,000	29.52
82	ULTJ	2020	8,754,116,000,000	29.80
83	ULTJ	2021	7,406,856,000,000	29.63
84	ULTJ	2022	7,376,375,000,000	29.63

NO	Kode	Tahun	SIZE	Hasil
85	ULTJ	2023	7,523,956,000,000	29.65
86	UNVR	2019	20,649,371,000,000	30.66
87	UNVR	2020	20,534,632,000,000	30.65
88	UNVR	2021	19,068,532,000,000	30.58
89	UNVR	2022	18,318,114,000,000	30.54
90	UNVR	2023	16,664,086,000,000	30.44

Lampiran 1.4 Daftar Hasil Pengolahan Data SB

Rasio 1

NO	Kode	Tahun	Rasio 1		Hasil	Quintile	Skor
			Jumlah pegawai	Total Penjualan			
1	ADES	2019	591	834,330,000,000	0.00000000071	Quintile 3	3
2	ADES	2020	546	673,364,000,000	0.00000000081	Quintile 4	4
3	ADES	2021	506	935,075,000,000	0.00000000054	Quintile 3	3
4	ADES	2022	958	1,290,992,000,000	0.00000000074	Quintile 4	4
5	ADES	2023	996	1,525,445,000,000	0.00000000065	Quintile 4	4
6	BISI	2019	725	2,272,410,000,000	0.00000000032	Quintile 2	2
7	BISI	2020	696	1,812,762,000,000	0.00000000038	Quintile 2	2
8	BISI	2021	756	2,015,138,000,000	0.00000000038	Quintile 2	2
9	BISI	2022	775	2,415,592,000,000	0.00000000032	Quintile 2	2
10	BISI	2023	974	2,298,131,000,000	0.00000000042	Quintile 2	2
11	BUDI	2019	1,693	3,003,768,000,000	0.00000000056	Quintile 3	3
12	BUDI	2020	1,581	2,725,866,000,000	0.00000000058	Quintile 3	3
13	BUDI	2021	1,600	3,374,782,000,000	0.00000000047	Quintile 2	2
14	BUDI	2022	3,024	3,382,326,000,000	0.00000000089	Quintile 5	5
15	BUDI	2023	3,910	3,944,953,000,000	0.00000000099	Quintile 5	5
16	CAMP	2019	1,356	1,028,952,947,818	0.00000000132	Quintile 5	5
17	CAMP	2020	762	956,634,474,111	0.00000000080	Quintile 3	3
18	CAMP	2021	731	1,019,133,657,275	0.00000000072	Quintile 4	4
19	CAMP	2022	735	1,129,360,552,136	0.00000000065	Quintile 3	3
20	CAMP	2023	880	1,135,790,489,555	0.00000000077	Quintile 4	4
21	CLEO	2019	928	1,088,679,619,907	0.00000000085	Quintile 4	4
22	CLEO	2020	483	972,634,784,176	0.00000000050	Quintile 2	2
23	CLEO	2021	453	1,103,519,743,574	0.00000000041	Quintile 2	2
24	CLEO	2022	536	1,674,053,536,287	0.00000000032	Quintile 2	2
25	CLEO	2023	527	2,090,115,884,030	0.00000000025	Quintile 2	2

NO	Kode	Tahun	Rasio 1		Hasil	Quintile	Skor
26	CPIN	2019	7,043	58,634,502,000,000	0.00000000012	Quintile 1	1
27	CPIN	2020	7,406	42,518,782,000,000	0.00000000017	Quintile 1	1
28	CPIN	2021	8,080	51,698,249,000,000	0.00000000016	Quintile 1	1
29	CPIN	2022	9,047	56,867,544,000,000	0.00000000016	Quintile 1	1
30	CPIN	2023	9,385	61,615,850,000,000	0.00000000015	Quintile 1	1
31	EPMT	2019	4,776	22,226,912,485,948	0.00000000021	Quintile 2	2
32	EPMT	2020	4,780	22,545,419,368,639	0.00000000021	Quintile 2	2
33	EPMT	2021	5,000	25,673,756,765,637	0.00000000019	Quintile 1	1
34	EPMT	2022	5,167	28,027,488,218,598	0.00000000018	Quintile 1	1
35	EPMT	2023	5,115	28,507,872,779,591	0.00000000018	Quintile 1	1
36	GOOD	2019	6,015	8,438,631,355,699	0.00000000071	Quintile 4	4
37	GOOD	2020	9,315	7,719,379,796,413	0.00000000121	Quintile 5	5
38	GOOD	2021	8,716	8,799,579,901,024	0.00000000099	Quintile 4	4
39	GOOD	2022	8,559	10,510,942,813,705	0.00000000081	Quintile 4	4
40	GOOD	2023	8,384	10,543,572,559,649	0.00000000080	Quintile 4	4
41	ICBP	2019	30,045	42,296,703,000,000	0.00000000071	Quintile 3	3
42	ICBP	2020	35,355	46,641,048,000,000	0.00000000076	Quintile 3	3
43	ICBP	2021	35,638	56,803,733,000,000	0.00000000063	Quintile 3	3
44	ICBP	2022	34,965	64,797,516,000,000	0.00000000054	Quintile 3	3
45	ICBP	2023	34,879	67,909,901,000,000	0.00000000051	Quintile 3	3
46	INDF	2019	88,704	76,592,955,000,000	0.00000000116	Quintile 4	4
47	INDF	2020	91,585	81,731,469,000,000	0.00000000112	Quintile 4	4
48	INDF	2021	90,339	99,345,618,000,000	0.00000000091	Quintile 4	4
49	INDF	2022	90,772	110,830,272,000,000	0.00000000082	Quintile 4	4
50	INDF	2023	91,615	111,703,611,000,000	0.00000000082	Quintile 4	4
51	JPFA	2019	27,972	36,742,561,000,000	0.00000000076	Quintile 4	4
52	JPFA	2020	30,739	36,964,948,000,000	0.00000000083	Quintile 4	4
53	JPFA	2021	30,525	44,878,300,000,000	0.00000000068	Quintile 3	3
54	JPFA	2022	30,995	48,972,085,000,000	0.00000000063	Quintile 3	3
55	JPFA	2023	30,372	51,175,898,000,000	0.00000000059	Quintile 3	3
56	MYOR	2019	6,453	25,026,739,472,547	0.00000000026	Quintile 2	2
57	MYOR	2020	6,271	24,476,953,742,651	0.00000000026	Quintile 2	2
58	MYOR	2021	6,244	27,904,558,322,183	0.00000000022	Quintile 2	2
59	MYOR	2022	6,244	30,669,405,967,404	0.00000000020	Quintile 2	2
60	MYOR	2023	6,264	31,485,008,185,525	0.00000000020	Quintile 2	2
61	ROTI	2019	6,469	3,337,022,314,624	0.00000000194	Quintile 5	5
62	ROTI	2020	3,363	3,212,034,546,032	0.00000000105	Quintile 4	4
63	ROTI	2021	3,796	3,287,623,237,457	0.00000000115	Quintile 5	5
64	ROTI	2022	5,665	3,935,182,048,668	0.00000000144	Quintile 5	5
65	ROTI	2023	5,666	3,820,532,634,926	0.00000000148	Quintile 5	5

NO	Kode	Tahun	Rasio 1		Hasil	Quintile	Skor
66	SIMP	2019	37,264	13,650,388,000,000	0.00000000273	Quintile 5	5
67	SIMP	2020	35,096	14,474,700,000,000	0.00000000242	Quintile 5	5
68	SIMP	2021	34,509	19,658,529,000,000	0.00000000176	Quintile 5	5
69	SIMP	2022	33,326	17,794,246,000,000	0.00000000187	Quintile 5	5
70	SIMP	2023	32,738	16,002,643,000,000	0.00000000205	Quintile 5	5
71	SKLT	2019	2,066	1,281,116,255,236	0.00000000161	Quintile 5	5
72	SKLT	2020	2,093	1,253,700,810,596	0.00000000167	Quintile 5	5
73	SKLT	2021	2,083	1,356,846,112,540	0.00000000154	Quintile 5	5
74	SKLT	2022	2,067	1,539,310,803,104	0.00000000134	Quintile 5	5
75	SKLT	2023	2,143	1,794,345,306,509	0.00000000119	Quintile 5	5
76	STTP	2019	2,159	3,512,509,168,853	0.00000000061	Quintile 3	3
77	STTP	2020	2,135	3,346,300,254,825	0.00000000064	Quintile 3	3
78	STTP	2021	2,299	4,241,856,914,012	0.00000000054	Quintile 3	3
79	STTP	2022	2,329	4,931,553,771,470	0.00000000047	Quintile 2	2
80	STTP	2023	2,338	4,767,207,433,046	0.00000000049	Quintile 3	3
81	ULTJ	2019	1,099	6,241,419,000,000	0.00000000018	Quintile 1	1
82	ULTJ	2020	1,101	5,967,362,000,000	0.00000000018	Quintile 1	1
83	ULTJ	2021	1,036	6,616,642,000,000	0.00000000016	Quintile 1	1
84	ULTJ	2022	970	5,822,679,000,000	0.00000000017	Quintile 1	1
85	ULTJ	2023	1,013	6,686,968,000,000	0.00000000015	Quintile 1	1
86	UNVR	2019	5,433	42,922,563,000,000	0.00000000013	Quintile 1	1
87	UNVR	2020	5,222	42,972,474,000,000	0.00000000012	Quintile 1	1
88	UNVR	2021	4,949	39,545,959,000,000	0.00000000013	Quintile 1	1
89	UNVR	2022	4,849	41,218,881,000,000	0.00000000012	Quintile 1	1
90	UNVR	2023	4,589	38,611,401,000,000	0.00000000012	Quintile 1	1

Rasio 2

NO	Kode	Tahun	Rasio 2		Hasil	Quintile	Skor
			Harga pasar saham	Total Modal			
1	ADES	2019	1,045	567,937,000,000	0.00000000184	Quintile 5	5
2	ADES	2020	1,460	700,508,000,000	0.00000000208	Quintile 5	5
3	ADES	2021	3,290	969,817,000,000	0.00000000339	Quintile 5	5
4	ADES	2022	7,175	1,334,836,000,000	0.00000000538	Quintile 5	5
5	ADES	2023	9,675	1,729,808,000,000	0.00000000559	Quintile 5	5
6	BISI	2019	1,435	2,316,137,000,000	0.00000000062	Quintile 4	4
7	BISI	2020	1,030	2,458,387,000,000	0.00000000042	Quintile 3	3
8	BISI	2021	995	2,728,045,000,000	0.00000000036	Quintile 3	3
9	BISI	2022	1,600	3,050,250,000,000	0.00000000052	Quintile 4	4

NO	Kode	Tahun	Rasio 2		Hasil	Quintile	Skor
10	BISI	2023	1,600	3,446,696,000,000	0.00000000046	Quintile 4	4
11	BUDI	2019	103	1,285,318,000,000	0.00000000008	Quintile 1	1
12	BUDI	2020	99	1,322,156,000,000	0.00000000007	Quintile 1	1
13	BUDI	2021	179	1,387,697,000,000	0.00000000013	Quintile 1	1
14	BUDI	2022	226	1,445,037,000,000	0.00000000016	Quintile 1	1
15	BUDI	2023	278	1,591,327,000,000	0.00000000017	Quintile 2	2
16	CAMP	2019	374	935,392,483,850	0.00000000040	Quintile 3	3
17	CAMP	2020	302	961,711,929,701	0.00000000031	Quintile 3	3
18	CAMP	2021	290	1,022,814,971,131	0.00000000028	Quintile 3	3
19	CAMP	2022	306	941,454,031,015	0.00000000033	Quintile 3	3
20	CAMP	2023	402	952,639,271,054	0.00000000042	Quintile 4	4
21	CLEO	2019	545	766,299,436,026	0.00000000071	Quintile 4	4
22	CLEO	2020	500	894,746,110,680	0.00000000056	Quintile 4	4
23	CLEO	2021	470	1,001,579,893,307	0.00000000047	Quintile 4	4
24	CLEO	2022	555	1,209,171,716,345	0.00000000046	Quintile 4	4
25	CLEO	2023	710	1,514,585,030,778	0.00000000047	Quintile 4	4
26	CPIN	2019	6,500	21,071,600,000,000	0.00000000031	Quintile 3	3
27	CPIN	2020	6,525	23,349,683,000,000	0.00000000028	Quintile 2	2
28	CPIN	2021	5,950	25,149,999,000,000	0.00000000024	Quintile 2	2
29	CPIN	2022	5,650	26,327,214,000,000	0.00000000021	Quintile 3	3
30	CPIN	2023	5,025	27,028,758,000,000	0.00000000019	Quintile 3	3
31	EPMT	2019	1,900	6,129,308,447,048	0.00000000031	Quintile 3	3
32	EPMT	2020	2,110	6,559,456,360,507	0.00000000032	Quintile 3	3
33	EPMT	2021	2,700	6,846,921,143,922	0.00000000039	Quintile 3	3
34	EPMT	2022	2,750	7,137,625,893,943	0.00000000039	Quintile 3	3
35	EPMT	2023	2,590	7,297,830,360,245	0.00000000035	Quintile 4	4
36	GOOD	2019	1,510	2,765,520,764,915	0.00000000055	Quintile 4	4
37	GOOD	2020	1,270	2,956,960,513,535	0.00000000043	Quintile 4	4
38	GOOD	2021	525	3,030,658,030,412	0.00000000017	Quintile 2	2
39	GOOD	2022	525	3,351,444,502,184	0.00000000016	Quintile 2	2
40	GOOD	2023	430	3,909,211,386,219	0.00000000011	Quintile 1	1
41	ICBP	2019	11,150	26,671,104,000,000	0.00000000042	Quintile 3	3
42	ICBP	2020	9,575	50,318,053,000,000	0.00000000019	Quintile 2	2
43	ICBP	2021	8,700	54,723,863,000,000	0.00000000016	Quintile 2	2
44	ICBP	2022	10,000	57,473,007,000,000	0.00000000017	Quintile 2	2
45	ICBP	2023	10,575	62,104,033,000,000	0.00000000017	Quintile 2	2
46	INDF	2019	7,925	54,202,488,000,000	0.00000000015	Quintile 2	2
47	INDF	2020	6,850	79,138,044,000,000	0.00000000009	Quintile 1	1
48	INDF	2021	6,325	86,632,111,000,000	0.00000000007	Quintile 1	1
49	INDF	2022	6,725	93,623,038,000,000	0.00000000007	Quintile 1	1

NO	Kode	Tahun	Rasio 2		Hasil	Quintile	Skor
50	INDF	2023	6,450	100,464,891,000,000	0.00000000006	Quintile 1	1
51	JPFA	2019	1,535	11,448,168,000,000	0.00000000013	Quintile 1	1
52	JPFA	2020	1,465	11,411,970,000,000	0.00000000013	Quintile 2	2
53	JPFA	2021	1,720	13,102,710,000,000	0.00000000013	Quintile 1	1
54	JPFA	2022	1,295	13,654,777,000,000	0.00000000009	Quintile 1	1
55	JPFA	2023	1,180	14,167,212,000,000	0.00000000008	Quintile 1	1
56	MYOR	2019	2,050	9,899,940,195,318	0.00000000021	Quintile 2	2
57	MYOR	2020	2,710	11,271,468,049,958	0.00000000024	Quintile 2	2
58	MYOR	2021	2,040	11,360,031,396,135	0.00000000018	Quintile 2	2
59	MYOR	2022	2,500	12,834,694,090,515	0.00000000019	Quintile 2	2
60	MYOR	2023	2,490	15,282,089,186,736	0.00000000016	Quintile 2	2
61	ROTI	2019	1,300	3,092,597,379,097	0.00000000042	Quintile 4	4
62	ROTI	2020	1,360	3,227,671,047,731	0.00000000042	Quintile 4	4
63	ROTI	2021	1,360	2,849,419,530,726	0.00000000048	Quintile 4	4
64	ROTI	2022	1,320	2,681,158,538,764	0.00000000049	Quintile 4	4
65	ROTI	2023	1,150	2,393,431,575,281	0.00000000048	Quintile 5	5
66	SIMP	2019	460	17,781,323,000,000	0.00000000003	Quintile 1	1
67	SIMP	2020	420	18,489,873,000,000	0.00000000002	Quintile 1	1
68	SIMP	2021	456	19,786,236,000,000	0.00000000002	Quintile 1	1
69	SIMP	2022	414	21,167,282,000,000	0.00000000002	Quintile 1	1
70	SIMP	2023	376	21,720,925,000,000	0.00000000002	Quintile 1	1
71	SKLT	2019	1,610	380,381,947,966	0.00000000423	Quintile 5	5
72	SKLT	2020	1,565	406,954,570,727	0.00000000385	Quintile 5	5
73	SKLT	2021	2,420	541,837,229,228	0.00000000447	Quintile 5	5
74	SKLT	2022	1,950	590,753,527,421	0.00000000330	Quintile 5	5
75	SKLT	2023	282	816,943,780,892	0.00000000035	Quintile 3	3
76	STTP	2019	4,500	2,148,007,007,980	0.00000000209	Quintile 5	5
77	STTP	2020	9,500	2,673,298,199,144	0.00000000355	Quintile 5	5
78	STTP	2021	7,550	3,300,848,622,529	0.00000000229	Quintile 5	5
79	STTP	2022	7,650	3,928,398,773,915	0.00000000195	Quintile 5	5
80	STTP	2023	9,375	4,847,511,375,575	0.00000000193	Quintile 5	5
81	ULTJ	2019	1,680	5,655,139,000,000	0.00000000030	Quintile 2	2
82	ULTJ	2020	1,600	4,781,737,000,000	0.00000000033	Quintile 3	3
83	ULTJ	2021	1,570	5,138,126,000,000	0.00000000031	Quintile 3	3
84	ULTJ	2022	1,475	7,656,252,000,000	0.00000000019	Quintile 2	2
85	ULTJ	2023	1,600	8,302,741,000,000	0.00000000019	Quintile 3	3
86	UNVR	2019	8,400	5,281,862,000,000	0.00000000159	Quintile 5	5
87	UNVR	2020	7,350	4,937,368,000,000	0.00000000149	Quintile 4	4
88	UNVR	2021	4,110	4,321,269,000,000	0.00000000095	Quintile 4	4
89	UNVR	2022	4,700	3,997,256,000,000	0.00000000118	Quintile 5	5

NO	Kode	Tahun	Rasio 2		Hasil	Quintile	Skor
90	UNVR	2023	3,530	3,381,238,000,000	0.00000000104	Quintile 5	5

Rasio 3

NO	Kode	Tahun	Rasio 3		Hasil	Quintile	Skor
			Beban pada iklan	Jumlah Penjualan			
1	ADES	2019	98,373,000,000	834,330,000,000	0.117907	Quintile 5	5
2	ADES	2020	14,960,000,000	673,364,000,000	0.022217	Quintile 3	3
3	ADES	2021	15,501,000,000	935,075,000,000	0.016577	Quintile 2	2
4	ADES	2022	22,481,000,000	1,290,992,000,000	0.017414	Quintile 2	2
5	ADES	2023	71,475,000,000	1,525,445,000,000	0.046855	Quintile 4	4
6	BISI	2019	42,829,000,000	2,272,410,000,000	0.018847	Quintile 2	2
7	BISI	2020	33,354,000,000	1,812,762,000,000	0.0184	Quintile 2	2
8	BISI	2021	26,445,000,000	2,015,138,000,000	0.013123	Quintile 2	2
9	BISI	2022	28,133,000,000	2,415,592,000,000	0.011646	Quintile 2	2
10	BISI	2023	37,471,000,000	2,298,131,000,000	0.016305	Quintile 2	2
11	BUDI	2019	1,846,000,000	3,003,768,000,000	0.000615	Quintile 1	1
12	BUDI	2020	1,856,000,000	2,725,866,000,000	0.000681	Quintile 1	1
13	BUDI	2021	1,146,000,000	3,374,782,000,000	0.00034	Quintile 1	1
14	BUDI	2022	163,000,000	3,382,326,000,000	4.82E-05	Quintile 1	1
15	BUDI	2023	1,923,000,000	3,944,953,000,000	0.000487	Quintile 1	1
16	CAMP	2019	52,204,547,175	1,028,952,947,818	0.050736	Quintile 4	4
17	CAMP	2020	57,573,007,636	956,634,474,111	0.060183	Quintile 5	5
18	CAMP	2021	56,495,325,243	1,019,133,657,275	0.055435	Quintile 5	5
19	CAMP	2022	61,084,817,040	1,129,360,552,136	0.054088	Quintile 4	4
20	CAMP	2023	81,233,850,129	1,135,790,489,555	0.071522	Quintile 5	5
21	CLEO	2019	38,717,504,054	1,088,679,619,907	0.035564	Quintile 3	3
22	CLEO	2020	39,041,706,560	972,634,784,176	0.04014	Quintile 4	4
23	CLEO	2021	42,049,889,433	1,103,519,743,574	0.038105	Quintile 4	4
24	CLEO	2022	44,932,676,776	1,674,053,536,287	0.026841	Quintile 3	3
25	CLEO	2023	68,376,545,826	2,090,115,884,030	0.032714	Quintile 3	3
26	CPIN	2019	108,202,000,000	58,634,502,000,000	0.001845	Quintile 2	2
27	CPIN	2020	53,619,000,000	42,518,782,000,000	0.001261	Quintile 1	1
28	CPIN	2021	78,374,000,000	51,698,249,000,000	0.001516	Quintile 1	1
29	CPIN	2022	77,300,000,000	56,867,544,000,000	0.001359	Quintile 1	1
30	CPIN	2023	97,963,000,000	61,615,850,000,000	0.00159	Quintile 1	1
31	EPMT	2019	12,753,712,629	22,226,912,485,948	0.000574	Quintile 1	1
32	EPMT	2020	20,869,953,268	22,545,419,368,639	0.000926	Quintile 1	1
33	EPMT	2021	55,409,366,596	25,673,756,765,637	0.002158	Quintile 1	1

NO	Kode	Tahun	Rasio 3		Hasil	Quintile	Skor
34	EPMT	2022	56,464,160,926	28,027,488,218,598	0.002015	Quintile 1	1
35	EPMT	2023	42,053,881,620	28,507,872,779,591	0.001475	Quintile 1	1
36	GOOD	2019	444,200,075,232	8,438,631,355,699	0.052639	Quintile 4	4
37	GOOD	2020	250,486,706,962	7,719,379,796,413	0.032449	Quintile 3	3
38	GOOD	2021	281,659,463,337	8,799,579,901,024	0.032008	Quintile 3	3
39	GOOD	2022	292,588,628,026	10,510,942,813,705	0.027837	Quintile 3	3
40	GOOD	2023	331,519,759,261	10,543,572,559,649	0.031443	Quintile 3	3
41	ICBP	2019	1,543,623,000,000	42,296,703,000,000	0.036495	Quintile 4	4
42	ICBP	2020	1,884,400,000,000	46,641,048,000,000	0.040402	Quintile 4	4
43	ICBP	2021	1,901,839,000,000	56,803,733,000,000	0.033481	Quintile 3	3
44	ICBP	2022	2,122,305,000,000	64,797,516,000,000	0.032753	Quintile 4	4
45	ICBP	2023	2,405,143,000,000	67,909,901,000,000	0.035417	Quintile 4	4
46	INDF	2019	1,697,366,000,000	76,592,955,000,000	0.022161	Quintile 3	3
47	INDF	2020	1,998,784,000,000	81,731,469,000,000	0.024456	Quintile 3	3
48	INDF	2021	2,009,925,000,000	99,345,618,000,000	0.020232	Quintile 2	2
49	INDF	2022	2,287,083,000,000	110,830,272,000,000	0.020636	Quintile 2	2
50	INDF	2023	2,536,214,000,000	111,703,611,000,000	0.022705	Quintile 2	2
51	JPFA	2019	16,708,000,000	36,742,561,000,000	0.000455	Quintile 1	1
52	JPFA	2020	206,009,000,000	36,964,948,000,000	0.005573	Quintile 2	2
53	JPFA	2021	274,796,000,000	44,878,300,000,000	0.006123	Quintile 2	2
54	JPFA	2022	266,408,000,000	48,972,085,000,000	0.00544	Quintile 2	2
55	JPFA	2023	427,917,000,000	51,175,898,000,000	0.008362	Quintile 2	2
56	MYOR	2019	3,393,230,779,946	25,026,739,472,547	0.135584	Quintile 5	5
57	MYOR	2020	3,201,566,408,131	24,476,953,742,651	0.130799	Quintile 5	5
58	MYOR	2021	3,631,317,756,362	27,904,558,322,183	0.130133	Quintile 5	5
59	MYOR	2022	2,649,732,650,525	30,669,405,967,404	0.086397	Quintile 5	5
60	MYOR	2023	2,551,355,455,279	31,485,008,185,525	0.081034	Quintile 5	5
61	ROTI	2019	273,420,126,096	3,337,022,314,624	0.081935	Quintile 5	5
62	ROTI	2020	246,770,604,673	3,212,034,546,032	0.076827	Quintile 5	5
63	ROTI	2021	227,952,579,388	3,287,623,237,457	0.069337	Quintile 5	5
64	ROTI	2022	231,075,699,385	3,935,182,048,668	0.05872	Quintile 5	5
65	ROTI	2023	211,721,264,967	3,820,532,634,926	0.055417	Quintile 4	4
66	SIMP	2019	99,916,000,000	13,650,388,000,000	0.00732	Quintile 2	2
67	SIMP	2020	91,272,000,000	14,474,700,000,000	0.006306	Quintile 2	2
68	SIMP	2021	111,848,000,000	19,658,529,000,000	0.00569	Quintile 1	1
69	SIMP	2022	63,444,000,000	17,794,246,000,000	0.003565	Quintile 1	1
70	SIMP	2023	75,185,000,000	16,002,643,000,000	0.004698	Quintile 1	1
71	SKLT	2019	39,630,817,158	1,281,116,255,236	0.030935	Quintile 3	3
72	SKLT	2020	43,135,479,397	1,253,700,810,596	0.034407	Quintile 3	3
73	SKLT	2021	47,896,754,378	1,356,846,112,540	0.0353	Quintile 3	3

NO	Kode	Tahun	Rasio 3		Hasil	Quintile	Skor
74	SKLT	2022	46,295,716,179	1,539,310,803,104	0.030076	Quintile 4	4
75	SKLT	2023	50,223,513,889	1,794,345,306,509	0.02799	Quintile 3	3
76	STTP	2019	108,846,516,541	3,512,509,168,853	0.030988	Quintile 3	3
77	STTP	2020	59,828,160,657	3,346,300,254,825	0.017879	Quintile 2	2
78	STTP	2021	140,459,912,453	4,241,856,914,012	0.033113	Quintile 3	3
79	STTP	2022	147,447,902,237	4,931,553,771,470	0.029899	Quintile 3	3
80	STTP	2023	172,004,045,999	4,767,207,433,046	0.036081	Quintile 4	4
81	ULTJ	2019	455,752,000,000	6,241,419,000,000	0.073021	Quintile 5	5
82	ULTJ	2020	335,229,000,000	5,967,362,000,000	0.056177	Quintile 4	4
83	ULTJ	2021	305,908,000,000	6,616,642,000,000	0.046233	Quintile 4	4
84	ULTJ	2022	464,091,000,000	5,822,679,000,000	0.079704	Quintile 5	5
85	ULTJ	2023	468,734,000,000	6,686,968,000,000	0.070097	Quintile 5	5
86	UNVR	2019	2,475,620,000,000	42,922,563,000,000	0.057676	Quintile 4	4
87	UNVR	2020	2,420,189,000,000	42,972,474,000,000	0.05632	Quintile 4	4
88	UNVR	2021	2,183,726,000,000	39,545,959,000,000	0.05522	Quintile 4	4
89	UNVR	2022	3,042,793,000,000	41,218,881,000,000	0.07382	Quintile 5	5
90	UNVR	2023	3,243,932,000,000	38,611,401,000,000	0.084015	Quintile 5	5

Rasio 4

NO	Kode	Tahun	Rasio 4		Hasil	Quintile	Skor
			Aset Tetap	Total Aset			
1	ADES	2019	405,448,000,000	822,375,000,000	0.493021	Quintile 4	2
2	ADES	2020	351,626,000,000	958,791,000,000	0.366739	Quintile 3	3
3	ADES	2021	503,588,000,000	1,304,108,000,000	0.386155	Quintile 2	4
4	ADES	2022	708,363,000,000	1,645,582,000,000	0.430464	Quintile 3	3
5	ADES	2023	745,409,000,000	2,085,182,000,000	0.357479	Quintile 3	3
6	BISI	2019	480,957,000,000	2,941,056,000,000	0.163532	Quintile 1	5
7	BISI	2020	492,340,000,000	2,914,979,000,000	0.1689	Quintile 1	5
8	BISI	2021	497,760,000,000	3,132,202,000,000	0.158917	Quintile 1	5
9	BISI	2022	515,181,000,000	3,410,481,000,000	0.151058	Quintile 1	5
10	BISI	2023	721,419,000,000	3,901,820,000,000	0.184893	Quintile 1	5
11	BUDI	2019	1,808,968,000,000	2,999,767,000,000	0.603036	Quintile 5	1
12	BUDI	2020	1,699,087,000,000	2,963,007,000,000	0.573433	Quintile 5	1
13	BUDI	2021	1,663,014,000,000	2,993,218,000,000	0.555594	Quintile 5	1
14	BUDI	2022	1,582,871,000,000	3,173,651,000,000	0.498754	Quintile 4	2
15	BUDI	2023	1,609,321,000,000	3,327,846,000,000	0.483592	Quintile 4	2
16	CAMP	2019	208,167,764,816	1,057,529,235,985	0.196844	Quintile 1	5
17	CAMP	2020	237,711,417,828	1,086,873,666,641	0.218711	Quintile 2	4
18	CAMP	2021	198,170,686,974	1,147,260,611,703	0.172734	Quintile 1	1

NO	Kode	Tahun	Rasio 4		Hasil	Quintile	Skor
19	CAMP	2022	223,673,837,741	1,074,777,460,412	0.208112	Quintile 1	5
20	CAMP	2023	328,169,901,126	1,088,726,193,209	0.301426	Quintile 2	4
21	CLEO	2019	926,961,764,182	1,245,144,303,719	0.744461	Quintile 5	1
22	CLEO	2020	993,154,588,208	1,310,940,121,622	0.75759	Quintile 5	1
23	CLEO	2021	1,027,647,313,598	1,348,181,576,913	0.762247	Quintile 5	1
24	CLEO	2022	1,372,642,123,456	1,790,304,606,780	0.766709	Quintile 5	1
25	CLEO	2023	1,610,131,574,095	2,296,227,711,688	0.701207	Quintile 5	1
26	CPIN	2019	13,521,979,000,000	29,353,041,000,000	0.460667	Quintile 4	2
27	CPIN	2020	14,494,330,000,000	31,159,291,000,000	0.465169	Quintile 4	2
28	CPIN	2021	16,255,596,000,000	35,446,051,000,000	0.458601	Quintile 3	3
29	CPIN	2022	17,627,978,000,000	39,847,545,000,000	0.442386	Quintile 4	2
30	CPIN	2023	17,690,442,000,000	40,970,800,000,000	0.431782	Quintile 4	2
31	EPMT	2019	1,433,166,129,304	8,704,958,834,283	0.164638	Quintile 1	5
32	EPMT	2020	1,531,423,663,540	9,211,731,059,218	0.166247	Quintile 1	5
33	EPMT	2021	1,492,717,161,536	9,729,919,645,520	0.153415	Quintile 1	5
34	EPMT	2022	1,452,829,050,343	10,402,356,853,033	0.139663	Quintile 1	5
35	EPMT	2023	1,441,500,491,429	10,955,849,005,936	0.131574	Quintile 1	5
36	GOOD	2019	2,715,366,689,138	5,063,067,672,414	0.536309	Quintile 4	2
37	GOOD	2020	3,397,630,861,930	6,670,943,518,686	0.509318	Quintile 4	2
38	GOOD	2021	3,194,026,759,059	6,766,602,280,143	0.472028	Quintile 4	2
39	GOOD	2022	3,176,839,184,209	7,327,371,934,290	0.433558	Quintile 4	2
40	GOOD	2023	3,112,647,063,859	7,427,707,902,688	0.419059	Quintile 4	2
41	ICBP	2019	11,342,412,000,000	38,709,314,000,000	0.293015	Quintile 2	4
42	ICBP	2020	13,351,296,000,000	103,588,325,000,000	0.128888	Quintile 1	5
43	ICBP	2021	14,175,833,000,000	118,066,628,000,000	0.120066	Quintile 1	5
44	ICBP	2022	14,520,941,000,000	115,305,536,000,000	0.125934	Quintile 1	5
45	ICBP	2023	14,710,911,000,000	119,267,076,000,000	0.123344	Quintile 1	5
46	INDF	2019	43,072,504,000,000	96,198,559,000,000	0.447746	Quintile 3	3
47	INDF	2020	45,862,919,000,000	163,136,516,000,000	0.281132	Quintile 2	4
48	INDF	2021	46,751,821,000,000	179,356,193,000,000	0.260665	Quintile 2	4
49	INDF	2022	47,410,528,000,000	180,433,300,000,000	0.262759	Quintile 2	4
50	INDF	2023	47,295,092,000,000	186,587,957,000,000	0.253473	Quintile 1	5
51	JPFA	2019	10,062,592,000,000	25,185,009,000,000	0.399547	Quintile 3	3
52	JPFA	2020	11,143,803,000,000	25,951,760,000,000	0.429405	Quintile 3	3
53	JPFA	2021	11,509,654,000,000	28,589,656,000,000	0.402581	Quintile 3	3
54	JPFA	2022	12,497,177,000,000	32,690,887,000,000	0.382283	Quintile 3	3
55	JPFA	2023	13,395,156,000,000	34,109,431,000,000	0.392711	Quintile 4	2
56	MYOR	2019	4,674,963,819,225	19,037,918,806,473	0.245561	Quintile 2	4
57	MYOR	2020	6,043,201,970,326	19,777,500,514,550	0.305559	Quintile 2	4
58	MYOR	2021	6,376,788,515,278	19,917,653,265,528	0.320158	Quintile 2	4

NO	Kode	Tahun	Rasio 4		Hasil	Quintile	Skor
59	MYOR	2022	6,644,507,001,686	22,276,160,695,411	0.298279	Quintile 2	4
60	MYOR	2023	8,159,841,794,537	23,870,404,962,472	0.341839	Quintile 3	3
61	ROTI	2019	2,540,413,874,692	4,682,083,844,951	0.542582	Quintile 5	1
62	ROTI	2020	2,434,486,072,405	4,452,166,671,985	0.546809	Quintile 4	2
63	ROTI	2021	2,492,863,630,370	4,191,284,422,677	0.594773	Quintile 5	1
64	ROTI	2022	2,493,688,426,380	4,130,321,616,083	0.603752	Quintile 5	1
65	ROTI	2023	2,534,957,098,472	3,943,518,425,042	0.642816	Quintile 5	1
66	SIMP	2019	20,342,294,000,000	34,910,838,000,000	0.582693	Quintile 5	1
67	SIMP	2020	20,266,991,000,000	35,395,264,000,000	0.57259	Quintile 5	1
68	SIMP	2021	19,510,043,000,000	35,979,302,000,000	0.542257	Quintile 4	2
69	SIMP	2022	19,211,553,000,000	36,113,081,000,000	0.531983	Quintile 5	1
70	SIMP	2023	18,737,957,000,000	35,012,351,000,000	0.535181	Quintile 5	1
71	SKLT	2019	360,346,292,384	790,845,543,826	0.455647	Quintile 3	3
72	SKLT	2020	355,052,455,562	773,863,042,440	0.458805	Quintile 3	3
73	SKLT	2021	413,018,253,918	889,125,250,792	0.464522	Quintile 3	3
74	SKLT	2022	438,766,634,381	1,033,289,474,829	0.424631	Quintile 3	3
75	SKLT	2023	467,671,527,617	1,282,739,303,035	0.364588	Quintile 3	3
76	STTP	2019	1,124,520,287,704	2,881,563,083,954	0.390247	Quintile 3	3
77	STTP	2020	1,538,988,540,784	3,448,995,059,882	0.446214	Quintile 3	3
78	STTP	2021	1,552,703,249,576	3,919,243,683,748	0.396174	Quintile 3	3
79	STTP	2022	1,585,273,559,920	4,590,737,849,889	0.34532	Quintile 2	4
80	STTP	2023	1,635,687,431,376	5,482,234,635,262	0.298361	Quintile 2	4
81	ULTJ	2019	1,556,666,000,000	6,608,422,000,000	0.235558	Quintile 2	4
82	ULTJ	2020	1,715,401,000,000	8,754,116,000,000	0.195954	Quintile 2	4
83	ULTJ	2021	2,165,353,000,000	7,406,856,000,000	0.292344	Quintile 2	4
84	ULTJ	2022	2,260,183,000,000	7,376,375,000,000	0.306408	Quintile 2	4
85	ULTJ	2023	2,346,120,000,000	7,523,956,000,000	0.31182	Quintile 2	4
86	UNVR	2019	10,715,376,000,000	20,649,371,000,000	0.51892	Quintile 4	2
87	UNVR	2020	10,419,902,000,000	20,534,632,000,000	0.507431	Quintile 4	2
88	UNVR	2021	10,102,086,000,000	19,068,532,000,000	0.529778	Quintile 4	2
89	UNVR	2022	9,536,027,000,000	18,318,114,000,000	0.520579	Quintile 5	1
90	UNVR	2023	9,310,734,000,000	16,664,086,000,000	0.558731	Quintile 5	1

Hasil Strategi Bisnis

NO	Kode	Tahun	Rasio 1	Rasio 2	Rasio 3	Rasio 4	Total	Keterangan	Hasil
1	ADES	2019	3	5	5	2	15	Prospector	1
2	ADES	2020	4	5	3	3	15	Prospector	1
3	ADES	2021	3	5	2	4	14	Prospector	1

NO	Kode	Tahun	Rasio 1	Rasio 2	Rasio 3	Rasio 4	Total	Keterangan	Hasil
4	ADES	2022	4	5	2	3	14	Prospector	1
5	ADES	2023	4	5	4	3	16	Prospector	1
6	BISI	2019	2	4	2	5	13	Prospector	1
7	BISI	2020	2	3	2	5	12	Defender	0
8	BISI	2021	2	3	2	5	12	Defender	0
9	BISI	2022	2	4	2	5	13	Prospector	1
10	BISI	2023	2	4	2	5	13	Prospector	1
11	BUDI	2019	3	1	1	1	6	Defender	0
12	BUDI	2020	3	1	1	1	6	Defender	0
13	BUDI	2021	2	1	1	1	5	Defender	0
14	BUDI	2022	5	1	1	2	9	Defender	0
15	BUDI	2023	5	2	1	2	10	Defender	0
16	CAMP	2019	5	3	4	5	17	Prospector	1
17	CAMP	2020	3	3	5	4	15	Prospector	1
18	CAMP	2021	4	3	5	1	13	Prospector	1
19	CAMP	2022	3	3	4	5	15	Prospector	1
20	CAMP	2023	4	4	5	4	17	Prospector	1
21	CLEO	2019	4	4	3	1	12	Defender	0
22	CLEO	2020	2	4	4	1	11	Defender	0
23	CLEO	2021	2	4	4	1	11	Defender	0
24	CLEO	2022	2	4	3	1	10	Defender	0
25	CLEO	2023	2	4	3	1	10	Defender	0
26	CPIN	2019	1	3	2	2	8	Defender	0
27	CPIN	2020	1	2	1	2	6	Defender	0
28	CPIN	2021	1	2	1	3	7	Defender	0
29	CPIN	2022	1	3	1	2	7	Defender	0
30	CPIN	2023	1	3	1	2	7	Defender	0
31	EPMT	2019	2	3	1	5	11	Defender	0
32	EPMT	2020	2	3	1	5	11	Defender	0
33	EPMT	2021	1	3	1	5	10	Defender	0
34	EPMT	2022	1	3	1	5	10	Defender	0
35	EPMT	2023	1	4	1	5	11	Defender	0
36	GOOD	2019	4	4	4	2	14	Prospector	1
37	GOOD	2020	5	4	3	2	14	Prospector	1
38	GOOD	2021	4	2	3	2	11	Defender	0
39	GOOD	2022	4	2	3	2	11	Defender	0
40	GOOD	2023	4	1	3	2	10	Defender	0
41	ICBP	2019	3	3	4	4	14	Prospector	1
42	ICBP	2020	3	2	4	5	14	Prospector	1

NO	Kode	Tahun	Rasio 1	Rasio 2	Rasio 3	Rasio 4	Total	Keterangan	Hasil
43	ICBP	2021	3	2	3	5	13	Prospector	1
44	ICBP	2022	3	2	4	5	14	Prospector	1
45	ICBP	2023	3	2	4	5	14	Prospector	1
46	INDF	2019	4	2	3	3	12	Defender	0
47	INDF	2020	4	1	3	4	12	Defender	0
48	INDF	2021	4	1	2	4	11	Defender	0
49	INDF	2022	4	1	2	4	11	Defender	0
50	INDF	2023	4	1	2	5	12	Defender	0
51	JPFA	2019	4	1	1	3	9	Defender	0
52	JPFA	2020	4	2	2	3	11	Defender	0
53	JPFA	2021	3	1	2	3	9	Defender	0
54	JPFA	2022	3	1	2	3	9	Defender	0
55	JPFA	2023	3	1	2	2	8	Defender	0
56	MYOR	2019	2	2	5	4	13	Prospector	1
57	MYOR	2020	2	2	5	4	13	Prospector	1
58	MYOR	2021	2	2	5	4	13	Prospector	1
59	MYOR	2022	2	2	5	4	13	Prospector	1
60	MYOR	2023	2	2	5	3	12	Defender	0
61	ROTI	2019	5	4	5	1	15	Prospector	1
62	ROTI	2020	4	4	5	2	15	Prospector	1
63	ROTI	2021	5	4	5	1	15	Prospector	1
64	ROTI	2022	5	4	5	1	15	Prospector	1
65	ROTI	2023	5	5	4	1	15	Prospector	1
66	SIMP	2019	5	1	2	1	9	Defender	0
67	SIMP	2020	5	1	2	1	9	Defender	0
68	SIMP	2021	5	1	1	2	9	Defender	0
69	SIMP	2022	5	1	1	1	8	Defender	0
70	SIMP	2023	5	1	1	1	8	Defender	0
71	SKLT	2019	5	5	3	3	16	Prospector	1
72	SKLT	2020	5	5	3	3	16	Prospector	1
73	SKLT	2021	5	5	3	3	16	Prospector	1
74	SKLT	2022	5	5	4	3	17	Prospector	1
75	SKLT	2023	5	3	3	3	14	Prospector	1
76	STTP	2019	3	5	3	3	14	Prospector	1
77	STTP	2020	3	5	2	3	13	Prospector	1
78	STTP	2021	3	5	3	3	14	Prospector	1
79	STTP	2022	2	5	3	4	14	Prospector	1
80	STTP	2023	3	5	4	4	16	Prospector	1
81	ULTJ	2019	1	2	5	4	12	Defender	0

NO	Kode	Tahun	Rasio 1	Rasio 2	Rasio 3	Rasio 4	Total	Keterangan	Hasil
82	ULTJ	2020	1	3	4	4	12	Defender	0
83	ULTJ	2021	1	3	4	4	12	Defender	0
84	ULTJ	2022	1	2	5	4	12	Defender	0
85	ULTJ	2023	1	3	5	4	13	Prospector	1
86	UNVR	2019	1	5	4	2	12	Defender	0
87	UNVR	2020	1	4	4	2	11	Defender	0
88	UNVR	2021	1	4	4	2	11	Defender	0
89	UNVR	2022	1	5	5	1	12	Defender	0
90	UNVR	2023	1	5	5	1	12	Defender	0

Lampiran 1.5 Daftar Hasil Pengolahan Data CETR

NO	Kode	Tahun	CETR		Hasil
			Pembayaran Pajak	Laba Sebelum Pajak	
1	ADES	2019	15,885,000,000	110,179,000,000	0.1442
2	ADES	2020	19,093,000,000	167,919,000,000	0.1137
3	ADES	2021	57,864,000,000	337,828,000,000	0.1713
4	ADES	2022	82,053,000,000	464,308,000,000	0.1767
5	ADES	2023	112,536,000,000	503,664,000,000	0.2234
6	BISI	2019	131,563,000,000	404,771,000,000	0.3250
7	BISI	2020	116,455,000,000	364,938,000,000	0.3191
8	BISI	2021	131,222,000,000	477,367,000,000	0.2749
9	BISI	2022	146,769,000,000	644,894,000,000	0.2276
10	BISI	2023	182,055,000,000	733,895,000,000	0.2481
11	BUDI	2019	15,448,000,000	83,905,000,000	0.1841
12	BUDI	2020	4,556,000,000	69,312,000,000	0.0657
13	BUDI	2021	12,875,000,000	113,965,000,000	0.1130
14	BUDI	2022	21,397,000,000	116,031,000,000	0.1844
15	BUDI	2023	25,691,000,000	127,311,000,000	0.2018
16	CAMP	2019	21,429,110,362	99,535,473,132	0.2153
17	CAMP	2020	16,969,073,278	56,816,360,398	0.2987
18	CAMP	2021	18,284,484,130	126,156,941,830	0.1449
19	CAMP	2022	32,305,956,086	153,914,313,784	0.2099
20	CAMP	2023	33,520,387,987	160,678,405,480	0.2086
21	CLEO	2019	27,000,838,885	172,667,589,552	0.1564
22	CLEO	2020	28,882,717,979	168,613,556,985	0.1713
23	CLEO	2021	39,838,906,262	229,981,620,687	0.1732
24	CLEO	2022	50,044,358,127	250,491,391,647	0.1998
25	CLEO	2023	61,585,940,157	412,208,114,325	0.1494
26	CPIN	2019	1,949,684,000,000	4,595,238,000,000	0.4243

NO	Kode	Tahun	CETR		Hasil
27	CPIN	2020	1,166,389,000,000	4,767,698,000,000	0.2446
28	CPIN	2021	1,105,266,000,000	4,633,546,000,000	0.2385
29	CPIN	2022	1,326,129,000,000	3,537,180,000,000	0.3749
30	CPIN	2023	1,511,412,000,000	2,996,885,000,000	0.5043
31	EPMT	2019	264,145,916,835	801,391,256,095	0.3296
32	EPMT	2020	147,594,595,282	873,612,121,925	0.1689
33	EPMT	2021	230,713,685,999	1,083,958,145,355	0.2128
34	EPMT	2022	318,947,075,096	1,096,529,518,781	0.2909
35	EPMT	2023	249,607,007,402	888,574,901,713	0.2809
36	GOOD	2019	126,575,809,278	580,567,005,845	0.2180
37	GOOD	2020	97,729,109,715	339,984,897,163	0.2875
38	GOOD	2021	156,823,605,867	632,654,506,311	0.2479
39	GOOD	2022	152,990,248,871	674,251,464,663	0.2269
40	GOOD	2023	161,698,197,437	783,016,628,548	0.2065
41	ICBP	2019	1,615,934,000,000	7,436,972,000,000	0.2173
42	ICBP	2020	1,684,628,000,000	9,958,647,000,000	0.1692
43	ICBP	2021	2,817,278,000,000	9,935,232,000,000	0.2836
44	ICBP	2022	2,231,362,000,000	7,525,385,000,000	0.2965
45	ICBP	2023	2,683,881,000,000	11,444,693,000,000	0.2345
46	INDF	2019	2,361,672,000,000	8,749,397,000,000	0.2699
47	INDF	2020	2,784,615,000,000	12,426,334,000,000	0.2241
48	INDF	2021	3,577,269,000,000	14,456,085,000,000	0.2475
49	INDF	2022	3,775,947,000,000	12,318,765,000,000	0.3065
50	INDF	2023	4,325,824,000,000	15,615,384,000,000	0.2770
51	JPFA	2019	1,212,233,000,000	2,572,708,000,000	0.4712
52	JPFA	2020	335,394,000,000	1,679,091,000,000	0.1997
53	JPFA	2021	796,896,000,000	2,793,847,000,000	0.2852
54	JPFA	2022	767,234,000,000	1,954,529,000,000	0.3925
55	JPFA	2023	433,717,000,000	1,261,237,000,000	0.3439
56	MYOR	2019	461,144,088,840	2,704,466,581,011	0.1705
57	MYOR	2020	614,758,865,448	2,683,890,279,936	0.2291
58	MYOR	2021	406,975,511,465	1,549,648,556,686	0.2626
59	MYOR	2022	382,067,996,657	2,506,057,517,934	0.1525
60	MYOR	2023	590,728,069,871	4,093,715,832,812	0.1443
61	ROTI	2019	55,180,972,607	347,098,820,613	0.1590
62	ROTI	2020	32,380,538,836	160,357,537,779	0.2019
63	ROTI	2021	50,769,925,062	376,045,893,335	0.1350
64	ROTI	2022	82,057,564,271	572,782,719,985	0.1433
65	ROTI	2023	108,867,811,220	427,990,685,263	0.2544
66	SIMP	2019	307,806,000,000	352,743,000,000	0.8726

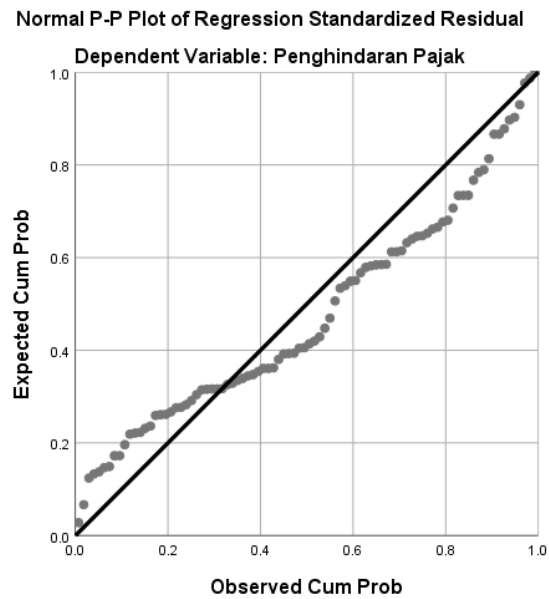
NO	Kode	Tahun	CETR		Hasil
67	SIMP	2020	225,984,000,000	1,017,572,000,000	0.2221
68	SIMP	2021	639,817,000,000	2,277,726,000,000	0.2809
69	SIMP	2022	907,738,000,000	2,396,986,000,000	0.3787
70	SIMP	2023	565,807,000,000	1,487,689,000,000	0.3803
71	SKLT	2019	14,650,111,931	56,782,206,578	0.2580
72	SKLT	2020	9,276,903,406	55,673,983,557	0.1666
73	SKLT	2021	10,878,886,166	101,725,399,549	0.1069
74	SKLT	2022	26,824,618,523	92,439,536,022	0.2902
75	SKLT	2023	19,973,001,519	97,118,384,008	0.2057
76	STTP	2019	92,823,915,898	607,043,293,422	0.1529
77	STTP	2020	115,958,847,906	773,607,195,121	0.1499
78	STTP	2021	158,394,616,582	765,188,720,115	0.2070
79	STTP	2022	134,091,037,290	756,723,520,605	0.1772
80	STTP	2023	194,394,407,005	1,102,640,346,668	0.1763
81	ULTJ	2019	278,947,000,000	1,375,359,000,000	0.2028
82	ULTJ	2020	321,089,000,000	1,421,517,000,000	0.2259
83	ULTJ	2021	331,696,000,000	1,541,932,000,000	0.2151
84	ULTJ	2022	427,799,000,000	1,288,998,000,000	0.3319
85	ULTJ	2023	286,066,000,000	1,507,285,000,000	0.1898
86	UNVR	2019	3,120,471,000,000	9,901,772,000,000	0.3151
87	UNVR	2020	1,693,036,000,000	9,206,869,000,000	0.1839
88	UNVR	2021	1,848,151,000,000	7,496,592,000,000	0.2465
89	UNVR	2022	1,759,317,000,000	6,993,803,000,000	0.2516
90	UNVR	2023	1,509,118,000,000	6,201,876,000,000	0.2433

Lampiran 1.6 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Intensitas Modal	90	.1201	.7667	.392472	.1670848
Pertumbuhan Penjualan	90	-.2749	.5170	.079075	.1329828
Ukuran Perusahaan	90	27.37	32.86	29.7467	1.50673
Strategi Bisnis	90	0	1	.44	.500
Penghindaran Pajak	90	.0657	.8726	.240662	.1040353
Valid N (listwise)	90				

Lampiran 1.7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		Intensitas Modal	Pertumbuhan Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Strategi Bisnis	Penghindaran Pajak
N		90	90	90	90	90
Normal	Mean	.392472	.079075	29.7467	.44	.240662
Parameters ^a	Std. Deviation	.1670848	.1329828	1.50673	.500	.1040353
Most	Absolute	.068	.066	.081	.369	.127
Extreme	Positive	.068	.066	.081	.369	.127
Differences	Negative	-.054	-.046	-.078	-.311	-.119
Test Statistic		.068	.066	.081	.369	.127
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.195 ^c	.000 ^c	.001 ^c
Monte Carlo	Sig.	.778 ^e	.810 ^e	.567 ^e	.000 ^e	.097 ^e
Sig. (2-tailed)	99% Lower Bound	.767	.799	.554	.000	.089
	Confidence Interval Upper Bound	.788	.820	.580	.000	.104



Lampiran 1.8 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Intensitas Modal	.815	1.227
	Pertumbuhan Penjualan	.976	1.024
	Ukuran Perusahaan	.750	1.333
	Strategi Bisnis	.741	1.350

Lampiran 1.9 Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
			Intensitas Modal	Pertumbuhan Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Strategi Bisnis	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Intensitas Modal	Correlation Coefficient	1.000	-.023	-.174	-.231*	-.098
		Sig. (2-tailed)	.	.827	.102	.029	.360
		N	90	90	90	90	90
	Pertumbuhan Penjualan	Correlation Coefficient	-.023	1.000	-.065	.089	.061
		Sig. (2-tailed)	.827	.	.545	.406	.570
		N	90	90	90	90	90
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	-.174	-.065	1.000	-.404**	-.107
		Sig. (2-tailed)	.102	.545	.	.000	.316
		N	90	90	90	90	90
	Strategi Bisnis	Correlation Coefficient	-.231*	.089	-.404**	1.000	.109
		Sig. (2-tailed)	.029	.406	.000	.	.305
		N	90	90	90	90	90
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.098	.061	-.107	.109	1.000

		Sig. (2-tailed)	.360	.570	.316	.305	.
		N	90	90	90	90	90

Lampiran 1.10 Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.02160
Cases < Test Value	45
Cases >= Test Value	45
Total Cases	90
Number of Runs	39
Z	-1.484
Asymp. Sig. (2-tailed)	.138
a. Median	

Lampiran 1.11 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.412	.244		-1.686	.096
	Intensitas Modal	-.010	.067	-.017	-.155	.877
	Pertumbuhan Penjualan	-.087	.076	-.111	-1.137	.259
	Ukuran Perusahaan	.023	.008	.331	2.974	.004
	Strategi Bisnis	-.037	.023	-.178	-1.586	.116

Lampiran 1.12 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.202	4	.050	5.635	.000 ^b
	Residual	.761	85	.009		
	Total	.963	89			

Lampiran 1.13 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.172	.0946439
a. Predictors: (Constant), Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Ukuran Perusahaan				

Lampiran 1.16 Uji Signifikansi Individul (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.412	.244		-1.686	.096
	Intensitas Modal	-.010	.067	-.017	-.155	.877
	Pertumbuhan Penjualan	-.087	.076	-.111	-1.137	.259
	Ukuran Perusahaan	.023	.008	.331	2.974	.004
	Strategi Bisnis	-.037	.023	-.178	-1.586	.116
a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak						

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Lutfi Azizah
Tempat dan Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 16 Mei 2002
Alamat : Diwak RT 05 RW 01, Kec. Bergas, Kab. Semarang,
Kode Pos 50552
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nomor HP : 081327014341
Email : lutfiazizah522@gmail.com

Jenjang Pendidikan

SD Negeri 01 Diwak

SMP Negeri 01 Bawen

SMA Negeri 01 Bergas

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Maret 2025



Lutfi Azizah
NIM 2105046013