



PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, *CAPITAL INTENSITY* DAN *SALES GROWTH* TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK

Adhitya Putri Pratiwi^{a*}, Dewi Wulandari^b

^{a b} Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Akuntansi, dosen02053@unpam.ac.id, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No 1, Pamulang Barat

* Penulis Korespondensi: Adhitya Putri Pratiwi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of firm characteristics, capital intensity, and sales growth on tax aggressiveness in companies listed in the IDX30 index on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. This research employs a quantitative approach using secondary data derived from companies' financial statements and annual reports. The sample was determined using a purposive sampling technique, resulting in 13 companies observed over five years, yielding 65 panel data observations. The analysis was conducted using panel data regression with the Random Effect model processed through EViews 12. The results indicate that simultaneously, firm characteristics, capital intensity, and sales growth have an effect on tax aggressiveness (sig. 0.000). Partially, firm characteristics (sig. 0.0129) and capital intensity (sig. 0.0001) have a significant effect on tax aggressiveness, while sales growth does not have a significant effect on tax aggressiveness (sig. 0.1085).

Keywords: *Tax aggressiveness; Capital intensity; Firm characteristics; Sales growth; Panel Data*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan, capital intensity, dan sales growth terhadap agresivitas pajak pada perusahaan yang tergabung dalam indeks IDX30 di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling dan diperoleh 13 perusahaan selama lima tahun pengamatan sehingga menghasilkan 65 observasi data panel. Analisis dilakukan menggunakan regresi data panel dengan model *Random Effect* yang diolah menggunakan EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan karakteristik perusahaan, capital intensity, dan sales growth berpengaruh terhadap agresivitas pajak (sig. 0.000). Secara parsial, karakteristik perusahaan (sig. 0.0129) dan capital intensity (sig. 0.0001) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan sales growth tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak (sig. 0.1085).

Kata kunci: Agresivitas pajak; Capital intensity; Karakteristik perusahaan; Pertumbuhan Penjualan; Data Panel

1. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 ayat (1), pajak merupakan iuran wajib kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak menjadi salah satu sumber penerimaan negara terbesar yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Oleh karena itu, tingkat kepatuhan wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan, sangat menentukan optimalisasi penerimaan negara (Endaryati et al., 2021). Indonesia menganut self assessment system, yaitu sistem yang memberikan kewenangan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri pajak terutang

(Mardiasmo, 2016). Namun, dalam praktiknya masih terdapat wajib pajak badan yang melakukan agresivitas pajak. Agresivitas pajak adalah strategi perusahaan untuk meminimalkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak yang bertujuan menekan beban pajak terutang (Andariesta & Suryarini, 2023). Strategi ini memerlukan pemahaman yang baik terhadap regulasi agar tetap berada dalam koridor hukum (Ramadhan & Ajimat, 2024). Fenomena agresivitas pajak pernah terjadi pada PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) yang diduga melakukan penghindaran pajak melalui perubahan kode impor emas, sehingga menimbulkan potensi kerugian negara. PT Antam diduga melakukan penggelapan pajak senilai Rp 47,1 triliun atas transaksi impor emas yang seharusnya dikenakan bea masuk sebesar 5%, namun dalam hal ini perusahaan tersebut dikenakan tarif sebesar 0% karena adanya pemalsuan status dokumen dan kode impor. Kasus tersebut menunjukkan bahwa agresivitas pajak masih menjadi isu aktual dan relevan untuk diteliti.

Beberapa faktor diduga memengaruhi agresivitas pajak. Profitabilitas sebagai proksi karakteristik perusahaan mencerminkan kemampuan menghasilkan laba (Wulandari & Mahpudin, 2020). Semakin tinggi laba, semakin besar pajak terutang sehingga mendorong perencanaan pajak. (Erika & Carolina, 2023) menemukan pengaruh positif profitabilitas terhadap agresivitas pajak, sedangkan (Utami & Wijaya, 2023) tidak menemukan pengaruh signifikan, menunjukkan adanya inkonsistensi temuan. Capital intensity, yaitu proporsi investasi pada aset tetap, juga berpotensi memengaruhi agresivitas pajak karena beban depresiasi dapat menekan laba kena pajak (Bella & Suryani, 2024). (Ariyani & Sunarto, 2024) menemukan pengaruh signifikan, namun Setiawati & Sunarmi (2024) menunjukkan hasil berbeda. Selain itu, sales growth mencerminkan pertumbuhan penjualan yang dapat meningkatkan laba dan beban pajak (Ramadhani et al., 2020). Meskipun demikian, temuan empiris masih beragam, di mana Ramadhani et al (2020) menemukan pengaruh negatif, sedangkan Rahmi et al (2024) tidak menemukan pengaruh.

Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian tersebut serta masih adanya fenomena agresivitas pajak, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh profitabilitas, capital intensity, dan sales growth terhadap agresivitas pajak, baik secara simultan maupun parsial. Kebaruan penelitian terletak pada pembaruan periode dan karakteristik sampel perusahaan, sehingga diharapkan memberikan bukti empiris yang lebih aktual serta kontribusi teoretis dan praktis dalam literatur perpajakan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dengan periode pengamatan terbaru (2020-2024) yang mencakup masa pemulihan pasca pandemi covid, sehingga hasil penelitian diharapkan lebih relevan dengan kondisi ekonomi terkini. Selain itu, penggunaan sampel perusahaan IDX30 yang merupakan perusahaan dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar tertinggi di BEI memberikan gambaran tentang perilaku pajak agresivitas pajak pada perusahaan-perusahaan terkemuka Indonesia.

Selanjutnya, berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan yakni (1) apakah karakteristik perusahaan, capital intensity, dan sales growth secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (2) Apakah karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (3) Apakah capital intensity berpengaruh terhadap agresivitas pajak; (4) Apakah sales growth berpengaruh terhadap agresivitas pajak?.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Agency Theory

Teori agensi yang dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) menjelaskan hubungan kontraktual antara principal dan agent. Dalam konteks perpajakan, pemerintah sebagai principal mengharapkan penerimaan pajak optimal, sedangkan manajemen sebagai agent berupaya meminimalkan beban pajak guna meningkatkan laba, sehingga perbedaan kepentingan tersebut dapat mendorong agresivitas pajak (Dinar et al., 2020; Wati & Astuti, 2020). Dalam konteks penelitian ini, principal adalah pemerintah yang mengharapkan penerimaan pajak optimal, sementara agent adalah manajemen perusahaan yang berupaya meminimalkan beban pajak untuk meningkatkan laba dan kompensasi manajerial. Konflik kepentingan ini mendorong manajemen untuk melakukan agresivitas pajak sebagai bentuk strategi untuk menyelaraskan kepentingan pribadi dengan kepentingan perusahaan.

2.2. Signalling Theory

Signaling theory (Teori Signal) dikemukakan pertama kali oleh Spence, (1973) , menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada pihak luar, seperti investor dan kreditor untuk menggambarkan kondisi perusahaan dengan akurat, meskipun terdapat ketidakpatuhan. Dalam situasi terdapat asimetris informasi dimana manajemen mengetahui lebih banyak tentang kondisi dan prospek perusahaan dibanding dengan investor. Untuk mengatasi masalah ini, manajemen dapat memberikan sinyal yang menunjukkan

kinerja perusahaan seperti peningkatan dividen atau investasi baru. Signalling theory menjelaskan bagaimana perusahaan mengirimkan sinyal kepada pihak eksternal (investor, kreditor, dan otoritas pajak) untuk mengurangi asimetri informasi. Dalam konteks perpajakan, perusahaan dapat mengirimkan sinyal melalui tingkat agresivitas pajak yang dipilih. Perusahaan yang menerapkan agresivitas pajak rendah mengirimkan sinyal kepatuhan dan transparansi, sementara agresivitas pajak tinggi dapat diinterpretasikan sebagai sinyal risiko atau ketidakpatuhan. Sales growth sebagai salah satu sinyal kinerja perusahaan dapat memengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap risiko dan prospek perusahaan.

2.3. Agresivitas Pajak

Menurut Frank (2009), agresivitas pajak merupakan tindakan yang memiliki tujuan guna meminimalisir laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik dengan tax avoidance (legal) maupun tax evasion (illegal). Tujuan dilakukannya agresivitas pajak oleh perusahaan adalah untuk meminimalkan tax expense yang ditanggung oleh perusahaan. Meskipun tidak semua tindakan tax planning melawan hukum, namun banyaknya celah kelemahan dari peraturan perpajakan banyak dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan dalam upaya meringankan beban pajak yang harus dibayarkan.

2.4. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan sifat yang melekat pada suatu entitas usaha terdiri dari berbagai aspek seperti jenis usaha, struktur kepemilikan tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan dan keputusan investasi. Faktor pada penelitian ini mengacu pada tingkat profitabilitas. Profitabilitas merupakan alat ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan asset dan modal saham yang tertentu (Ayem & Setyadi, 2019).

2.5. Capital Intensity

Capital Intensity juga dikenal sebagai intensitas modal, adalah ukuran seberapa besar sebuah perusahaan menginvestasikan asset tetap seperti mesin, peralatan dan lain sebagainya. Capital Intensity atau intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan yang ditentukan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dalam bentuk aset tetap (Nadhifah & Arif, 2020). Intensitas merupakan kegiatan investasi oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan investasi berupa aktiva tetap. Ini mencerminkan seberapa banyak modal yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Jumlah aset yang dimiliki perusahaan yang tinggi akan memotivasi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak (Romadhina, 2020).

2.6. Sales Growth

Menurut Susanti et al., (2020) sales growth merupakan cerminan keberhasilan dari suatu perusahaan pada masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan dimasa mendatang. Semakin besar volume penjualan perusahaan maka pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat. Sales growth yang meningkat memungkinkan perusahaan mencapai laba yang lebih tinggi. Ketika perusahaan memperoleh peningkatan sales growth perusahaan cenderung melakukan praktik penghindaran pajak karena memperoleh laba besar menimbulkan pajak terutang yang besar.

2.7. Hipotesis

H₁: Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak

Kaitan antara karakteristik perusahaan dan agresivitas pajak dapat dijelaskan dalam Teori Agensi, dimana terdapat perbedaan kepentingan antar agen (perusahaan) dengan principal (fiskus atau pihak yang memungut pajak), dimana agen (perusahaan) menginginkan laba yang besar dan meminimalkan beban pajak sedangkan menurut fiskus (pihak yang memungut pajak) semakin besar laba yang diperoleh maka akan semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Penelitian yang mendukung pernyataan diatas yaitu penelitian (Erika & Carolina, 2023) menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Dan penelitian oleh Susanto & Veronica (2022) menunjukkan bahwa Karakteristik perusahaan seperti profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap praktik penghindaran pajak.

H₂: Pengaruh Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak

Kaitan antara capital intensity dan agresivitas pajak dapat dijelaskan dalam Teori Agensi, dimana manajer sebagai agen akan lebih terdorong untuk melakukan agresivitas pajak untuk menurunkan pengeluaran perusahaan sehingga kinerja perusahaan akan meningkat. Dimana manajer dapat memanfaatkan depresiasi asset tetap untuk mengurangi beban pajak. Penelitian yang mendukung pernyataan diatas yaitu Ariyani &

Sunarto (2024) dan Apriyadi & Syahputra (2024) yang menunjukkan bahwa capital intensity berpengaruh positif secara signifikan terhadap penghindaran pajak atau agresivitas pajak.

H3: Pengaruh Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak

Kaitan antara sales growth dan agresivitas pajak dapat dijelaskan dalam Teori Sinyal, dimana tingginya volume sales growth dapat meningkatkan laba perusahaan, dengan laba yang tinggi maka perusahaan akan membayar pajak yang besar, perusahaan akan meminimalisir pendapatan dengan praktik agresivitas pajak. Penelitian yang mendukung pernyataan diatas yaitu Apriyadi & Syahputra (2024) yang menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Satyawan (2020) mengatakan bahwa sales growth berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan kausalitas untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan, capital intensity, dan sales growth terhadap agresivitas pajak pada perusahaan indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan yang tergabung dalam indeks IDX30 selama periode pengamatan. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: perusahaan non-sektor keuangan, mempublikasikan laporan keuangan secara konsisten selama periode penelitian, memperoleh laba, menyajikan data yang lengkap sesuai kebutuhan variabel, serta menggunakan mata uang rupiah. Unit analisis dalam penelitian ini adalah data panel, yaitu gabungan data time series dan cross section (perusahaan per tahun). Berikut disajikan data sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Sampel	Tidak memenuhi kriteria	Memenuhi kriteria
1	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Per 26 Juni 2025.		30
2	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Selain sektor keuangan periode 2020-2024.	(5)	25
3	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempublikasikan laporan keuangan dan <i>annual report</i> selama periode 2020-2024.	(1)	24
4	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatatkan laba selama periode 2020-2024.	(5)	19
5	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menyediakan data secara lengkap terkait variabel yang dibutuhkan selama periode 2020-2024.	(1)	18
6	Perusahaan Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menggunakan nilai rupiah dalam laporan keuangan selama periode 2020-2024.	(5)	13
Total Sampel			13
Tahun Penelitian			5
Jumlah data penelitian selama 5 tahun (13 X 5)			65

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Pemilihan Model

- Uji Chow:** Uji chow dilakukan untuk menentukan model regresi data panel yang lebih baik diantara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM).

Tabel 2. Hasil Uji Chow

Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Capital Intensity dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak (Adhitya Putri Pratiwi)

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.347444	(12,49)	0.0013
Cross-section Chi-square	38.916597	12	0.0001

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada tabel 4.7 nilai Prob. Cross-section Chi-square sebesar $0.0001 < 0,05$, maka H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Uji Chow yang telah dilakukan terpilih model Fixed Effect Model (FEM).

- b. **Uji Hausman:** Uji Hausman dilakukan untuk menentukan model regresi data panel yang lebih baik diantara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM).

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.426788	3	0.4887

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 nilai Prob. Cross-section random sebesar $0.4887 > 0,05$, maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan pada uji hausman model yang terpilih yaitu Random Effect Model (REM).

Uji Asumsi Klasik

- a. **Uji Langrange Multiplier:** Uji Lagrange Multiplier dilakukan untuk mengetahui apakah model Random Effect Model atau Common Effect Model yang tepat untuk digunakan.

Tabel 4. Hasil Uji Langrange Multiplier

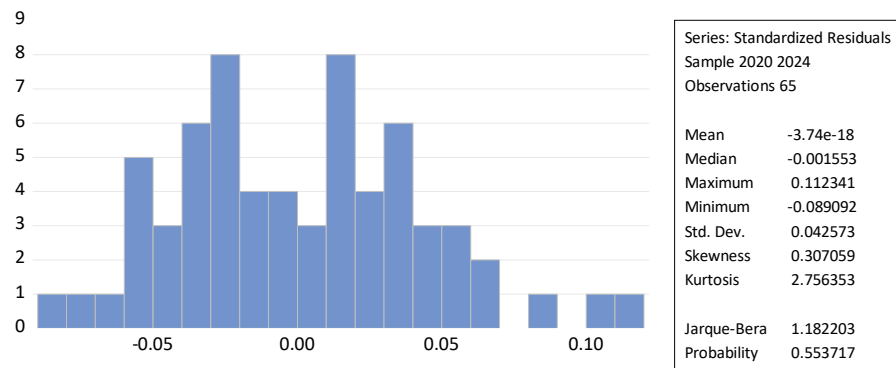
Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	9.683111 (0.0019)	1.105455 (0.2931)	10.78857 (0.0010)

Berdasarkan hasil penhujian pada tabel 4.9 nilai Breusch-pagan pada Both sebesar $0.0010 < 0,05$, maka pada uji Lagrange Multiplier yang terpilih Random Effect Model (REM).

- b. **Uji Normalitas:** Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa residul yang dihasilkan oleh model regresi memiliki distribusi yang bersifat normal. Pengujian normalitas yang diterapkan adalah

uji Jarque-Bera (J-B). Pada pengujian ini, kriteria penentuan keputusan ditetapkan berdasarkan nilai probabilitas, dimana residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai tersebut melebihi 0.05.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian pada Gambar 4.1 hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai probability sebesar $0.553717 > 0.05$ dimana nilai probability lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

- c. **Uji Multikolinieritas:** Uji Multikoleniaritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independent, yaitu karakteristik perusahaan (X1), capital intensity (X2), dan sales growth (X3). Jika antar variabel independent memiliki nilai VIF < 10 , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan Jika nilai VIF > 10 , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors

Date: 10/03/25 Time: 10:26

Sample: 1 65

Included observations: 65

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.000203	7.114430	NA
X1_KP	0.006189	3.274647	1.024076
X2_CI	0.000945	4.955693	1.082389
X3_SG	0.000678	1.309885	1.097281

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 menunjukkan nilai VIF variabel karakteristik perusahaan (X1) sebesar $1.024076 < 10$, nilai VIF capital intensity (X2) sebesar $1.082389 < 10$, nilai VIF sales growth (X3) sebesar $1.097281 < 10$, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10 maka data tersebut terbebas dari Multikoleniaritas.

- d. **Uji Heterokedastisitas:** Uji ARCH merupakan salah satu Teknik untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas, dan hasilnya diinterpretasikan berdasarkan nilai probabilitasnya. Model dikatakan mengalami heteroskedastisitas jika nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0.05 dan jika nilai probabilitasnya lebih dari 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	0.023999	Prob. F(1,62)	0.8774
Obs*R-squared	0.024763	Prob. Chi-Square(1)	0.8750

Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Capital Intensity dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak (Adhitya Putri Pratiwi)

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.14 hasil uji ARCH menunjukkan nilai Obs*R-squared dengan nilai Prob. Chi-Square $0.8750 > 0.05$. hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

- e. **Uji Autokorelasi:** Autokorelasi mengacu pada kondisi dimana variabel gangguan (residual) saling berkorelasi antar periode, uji ini dilakukan untuk mnriali keberadaan pola tersebut dalam model regresi, regresi yang idel tidak mengandung autokorelasi pada residualnya. Untuk menguji hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson (DW test).

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
Root MSE	0.034384	R-squared	0.292830
Mean dependent var	0.115056	Adjusted R-squared	0.258051
S.D. dependent var	0.041206	S.E. of regression	0.035493
Sum squared resid	0.076845	F-statistic	8.419769
Durbin-Watson stat	1.942793	Prob(F-statistic)	0.000091

Berdasarkan pengujian pada tabel 7, hasil uji utokorelasi nilai Durbin-Watson stat sebesar 1.942793 berada diantara -2 sampai 2 yaitu artinya data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Uji Hipotesis

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 09/29/25 Time: 06:40
 Sample: 2020 2024
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 13
 Total panel (balanced) observations: 65
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.196387	0.017781	11.04484	0.0000
X1	-0.244981	0.095654	-2.561106	0.0129
X2	0.153577	0.035363	4.342902	0.0001
X3	0.036429	0.022365	1.628880	0.1085
Effects Specification				Rho
			S.D.	
Cross-section random			0.027194	0.3677
Idiosyncratic random			0.035661	0.6323
Weighted Statistics				
Root MSE	0.034384	R-squared		0.292830
Mean dependent var	0.115056	Adjusted R-squared		0.258051
S.D. dependent var	0.041206	S.E. of regression		0.035493
Sum squared resid	0.076845	F-statistic		8.419769
Durbin-Watson stat	1.942793	Prob(F-statistic)		0.000091
Unweighted Statistics				

R-squared	0.270068	Mean dependent var	0.227439
Sum squared resid	0.115999	Durbin-Watson stat	1.287029

a. Uji F

Berdasarkan tabel 8 nilai Prob (F-statistic) dalam penelitian ini sebesar 0.000091 lebih kecil dari 0.05 yang menggambarkan bahwa regresi secara simultan variabel karakteristik perusahaan, *capital intensity*, dan *sales growth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 8 menunjukan hasil pengujian koefisien determinasi dengan nilai Adjusted R-squared sebesar 0.258051 atau 25,8%. Yang artinya variabel karakteristik perusahaan, *capital intensity*, dan *sales growth* mempengaruhi variabel penghindaran pajak sebesar 25,8% sedangkan sisanya 74,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

c. Uji t

Tabel 8 menunjukkan hasil uji parsial sebagai berikut:

1. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 menunjukan bahwa karakteristik perusahaan (profitabilitas) berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.0129, yang lebih rendah dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tingginya profitabilitas menunjukkan laba perusahaan tersebut besar, dengan kompleksnya kegiatan operasional perusahaan mampu meningkatkan kesadaran akan kepatuhan kewajiban pajaknya sesuai dengan hukum perpajakan yang berlaku. Dalam teori keagenan, terdapat perbedaan kepentingan antar agen (perusahaan) dengan principal (fiskus atau pihak yang memungut pajak), dimana agen (perusahaan) menginginkan laba yang besar dan meminimalkan baban pajak sedangkan menurut fiskus (pihak yang memungut pajak) semakin besar laba yang diperoleh maka akan semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Erika & Carolina, 2023) menunjukan bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tetapi hasil penelitian ini berbeda Utami & Wijaya (2023), menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan yang diproksi dengan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh capital intensity terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.0001, yang lebih rendah dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi intensitas modal perusahaan akan mempengaruhi agresivitas pajak, karena beban depresiasi aset tetap akan semakin naik dan menyebabkan laba perusahaanyang semakin menurun, sehingga akan berdampak pada pajak terutang perusahaan yang juga semakin turun.

Dalam teori keagenan, terdapat perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (principal) dan manager (agent), manajer berupaya menjalankan strategi yang tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga untuk mencerminkan kinerja yang baik. Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan memaksimalkan penggunaan aset tetap melalui perhitungan penyusutan yang diakui sebagai beban. Beban penyusutan ini dapat menurunkan laba kena pajak. Sehingga secara tidak langsung mengurangi beban pajak perusahaan. Semakin tinggi proporsi aset tetap maka perusahaan akan memiliki peluang untuk melakukan penghindaran pajak secara legal melalui beban depresiasi yang sah menurut ketentuan perpajakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriyadi & Syahputra (2024) yang menunjukkan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan Simanjuntak et al (2024) yang menunjukkan bahwa *Capital Intensity* tidak memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh sales growth terhadap agresivitas pajak

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 menunjukan bahwa variabel *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.1085, yang lebih besar dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap agresivitas

pajak. Ketidaksignifikan pengaruh sales growth terhadap agresivitas pajak menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan tidak secara langsung mendorong manajemen untuk melakukan strategi penghindaran pajak. Dalam hal ini, perusahaan yang mengalami kenaikan penjualan belum tentu memiliki dorongan atau insentif untuk melakukan penurunan beban pajaknya. Hubungan dengan teori sinyal ini sebagai cerminan terkait bagaimana perusahaan menggunakan informasi tentang kinerja penjualannya untuk mempengaruhi persepsi investor dan membantu untuk membangun hubungan komunikasi yang efektif terhadap kondisi perusahaan kepada pihak investor dengan sinyal- sinyal tertentu sehingga dapat mengurangi asimetri informasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi et al (2024) yang menunjukkan bahwa sales growth tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan (Apriyadi & Syahputra, 2024) yang menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peranan karakteristik perusahaan, capital intensity dan sales growth terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sector indeks 30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2024. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan, terdapat kesimpulan yang dibuat:

- Berdasarkan hasil uji statistic F (Uji F) menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan, capital intensity dan sales growth secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- Berdasarkan hasil uji statistic t menunjukan bahwa secara parsial karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- Berdasarkan hasil uji statistic t menunjukan bahwa secara parsial capital intensity berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- Berdasarkan hasil uji statistic t menunjukan bahwa secara parsial sales growth tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andariesta, A. V., & Suryarini, T. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak dengan Dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan. *Owner*, 7(1), 619–631. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1213>
- [2] Anjani, N., Sutriyono, A. E., & Hasanah. (2022). Pengaruh Return On Equity, Debt Equity Ratio, Dan Sales Growth Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2020. *JES [Jurnal Ekonomi STIEP]*, 7(1).
- [3] Apriyadi, R., & Syahputra, A. (2024). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun. In *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 2).
- [4] Ariyani, S., & Sunarto, S. (2024a). Pengaruh Capital Intensity dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(1), 125–135. <https://doi.org/10.32662/gaj.v7i1.3334>
- [5] Ayem, S., & Setyadi, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Komite Audit Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi Pajak Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*, 1(2), 228–241.
- [6] Bella, N. S., & Suryani, S. (2024). Pengaruh Financial Distress, Capital Intensity, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Penghindaran Pajak:(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3), 251–275.
- [7] Bercamp, C. H. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate dan Properties yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2021). *Soetomo Accounting Review*, 2(2), 220-235.
- [8] Cahyo, M. K., & Napisah, N. (2023). Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 14–32.

- [9] Dinar, M., Yuesti, A., & Dewi, N. P. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *JURNAL KHARISMA*, 2(1).
- [10] Endaryati, E., Subroto, Vivi., K., & Wahyuning, S. (2021). Likuiditas, Return On Assets, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 14(2), 283–296.
- [11] Erika, L., & Carolina, V. (2023). Karakteristik Perusahaan dan Eksekutif dalam Memprediksi Penghindaran Pajak di Indonesia. *SAKI: Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 147–161.
- [12] Fajriah, N., & Nursita, M. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 62–72. <https://doi.org/10.54259/akua.v3i2.2432>
- [13] Frank, et. al. (2009). Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *Journal of Accounting Review*, 84(2), 467–496.
- [14] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [15] Irawati, W., Gracia, E. D., Tamara, L. M., Tinambunan, M., Sopita, M., Oktavia, N., & Hammada, S. D. (2025). Pengaruh Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Trial Balance (JUTRIANCE)*, 3(1), 50–68.
- [16] Ismanto, D., & Pebruary, S. (2021). Aplikasi SPSS dan Eviews dalam Analisis Data Penelitian. Deepublish.
- [17] Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4).
- [18] Mardiasmo. (2011). Perpajakan, Edisi Revisi 2011. Andi Offset.
- [19] Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Terbaru 2016. Andi Offset.
- [20] Margaretha, A., Susanti, M., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Deferred Tax, Capital Intensity dan Return On Asset terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 13, 160–172.
- [21] Maulidi, R. (2023). Rasio Profitabilitas: Pengertian, Jenis, Dan Contohnya. Online-Pajak.Com.
- [22] Nadhifah, M., & Arif, A. (2020). Transfer pricing, thin capitalization, financial distress, earning management, dan capital intensity terhadap tax avoidance dimoderasi oleh sales growth. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 7(2), 145–170.
- [23] Nadya, B., & Purnamasari, D. (2020). The Effect of Sales Growth and Leverage on Tax Avoidance Empirical Study of Coal Sub-Sector Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2018. *JURNAL AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 5(2), 89–95.
- [24] Nasution, A. F., Anggraini, T., & Lubis, A. W. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EMBA)*, 3(2), 510–529.
- [25] Nisadiyanti, F., & Yuliandhari, W. S. (2021). Pengaruh Capital Intensity, Liquidity dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 461–470. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.888>
- [26] Novi, V. (n.d.). Pengertian Profitabilitas: Tujuan, Manfaat, Fungsi Dan Jenis-Jenisnya. Gramedia.Com.
- [27] Priyatno, D. (2022). Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews. Cahaya Harapan.
- [28] Rahmi, I., Handayani, D., & Heriyanto, R. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Manajemen Laba, Sales Growth, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Agresivitas Pajak. *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(3), 161–172. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i3.457>
- [29] Ramadhan, B., & Ajimat. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan, Karakteristik Perusahaan Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(12), 898–914.
- [30] Ramadhani, W. S., Triyanto, D. N., & Kurnia. (2020). Pengaruh Hedging, Financial Lease dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak. In *Journal of Applied Accounting and Taxation Article History* (Vol. 5, Issue 1).
- [31] Romadhina, A. P. (2020). Pengaruh Komisaris Independen, Intensitas Modal, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 4(2), 286–298.
- [32] Setiawati, P., & Sunarmi, S. (2024). Pengaruh Sales Growth, Inventory Intensity, dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan JII. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(3), 322–330. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5581>

- [33] Simanjuntak, R. N., Hendri, E., & Valianti, R. M. (2024). Pengaruh Inventory Intensity dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 785–797.
- [34] Sinaga, R., & Malau, H. (2021). Pengaruh Capital Intensity dan Inventory Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. 3(2), 311–322.
- [35] Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3).
- [36] Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- [37] Sumantri, F. A., Kusnawan, A., & Oktaviani, R. M. (2022). The effect of capital intensity, sales growth, leverage on tax avoidance and profitability as moderators. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 36–53.
- [38] Sunarto, S., Widjaja, B., & Oktaviani, R. M. (2021). The Effect of Corporate Governance on Tax Avoidance: The Role of Profitability as a Mediating Variable. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 217–227.
- [39] Susanti, D., & Satyawan, D. M. (2020a). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak (Vol. 9, Issue 1). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/>
- [40] Susanto, A., & Veronica, V. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Karakteristik Perusahaan terhadap Praktik Penghindaran Pajak Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 6(1), 541–553. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.551>
- [41] Susanto, H., Shaputra, J., & Henson. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Manajemen Laba, dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia 2017-2022. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 458–469.
- [42] Utami, D. A. F., & Wijaya, A. L. (2023). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Komite Audit Terhadap Agresivitas Pajak. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.
- [43] Waladi, A., & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh Sales Growth, Capital Intensity, dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 11(1), 25–35.
- [44] Wati, E. M. L., & Astuti, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Good Corporate Governance Dan Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Bara Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 641–654.
- [45] Wulandari, I., & Pratiwi, A. P. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance. *Journal Islamic Accounting Competency*, 3(2), 57–70.
- [46] Wulandari, L. A., & Mahpudin, E. (2020). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012–2017). *Jurnal Co Management*, 3(1), 390–401.
- [47] Zufar, L. M., & Arianti, B. F. (2023). Analisis Tingkat pertumbuhan penjualan, kompensasi rugi fiskal dan capital intensity terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEKMA)*, 2(2).