



Pengaruh *Capital Intensity*, *Inventory Intensity*, *Advertising Intensity*, dan *Sales Growth* terhadap *Tax Avoidance*

Intan Larisa Aurellia^{1*}, Dika Puspitaningrum²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: intanaurellia13@gmail.com¹

Abstract. *The primary goal of this research is to measure the impact of Capital Intensity (CI), Inventory Intensity (II), Advertising Intensity (AI), and Sales Growth (SG) on corporate Tax Avoidance (TA). The study relies on secondary data analyzed through a quantitative approach, focusing on the numerical evaluation of available data. The sample comprises 19 retail sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2022–2024. Using purposive sampling with a three-year observation period, the research obtained 57 valid panel data observations that provide a solid basis for statistical analysis. Two main analytical stages were used: descriptive statistics to understand the data and multiple linear regression to test the hypotheses. The results show that: (1) CI significantly influences TA, (2) II significantly influences TA, (3) AI has no significant impact on TA, and (4) SG shows no significant effect on TA. However, an overall test confirms that the combined effect of Capital Intensity, Inventory Intensity, Advertising Intensity, and Sales Growth significantly influences Tax Avoidance, emphasizing the importance of comprehensive considerations in tax management practices within the retail sector.*

Keywords: *Advertising Intensity; Capital Intensity; Inventory Intensity; Sales Growth; Tax Avoidance*

Abstrak. Riset ini memiliki tujuan mengetahui Pengaruh Intensitas Modal (CI), Intensitas Persediaan (II), Intensitas Iklan (AI), dan Pertumbuhan Penjualan (SG) terhadap Penghindaran Pajak (TA). Riset ini mengandalkan data sekunder yang diproses menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya riset ini berfokus pada analisis numerik dari data yang telah tersedia. Riset ini menggunakan data dari segenap entitas di sektor industri ritel yang terdaftar pada BEI sepanjang kurun waktu 2022-2024. Sebanyak 19 entitas terpilih sebagai sampel dalam riset ini, melalui penerapan teknik *purposive sampling* dengan masa pengamatan tiga tahun berturut-turut, riset ini berhasil menghimpun total 57 data observasi yang valid untuk menjadi basis data panel yang kuat untuk dianalisis lebih lanjut secara statistik. Riset ini mengaplikasikan dua tahap teknik analisis utama: tahap pertama statistik deskriptif untuk memetakan data dan tahap berikutnya regresi linier berganda untuk menguji hipotesis antar variabel yang telah ditetapkan. Temuan riset mengindikasikan: (1) CI memiliki efek signifikan pada TA. (2) II memiliki efek signifikan pada TA. (3) AI tidak memiliki efek pada TA. (4) SG tidak memiliki efek pada TA. Akan tetapi pengujian simultan (bersama-sama) menegaskan bahwa gabungan dari Intensitas Modal, Intensitas Persediaan, Intensitas Iklan, dan Pertumbuhan Penjualan memiliki efek signifikan pada Penghindaran Pajak, sehingga perlu adanya pertimbangan menyeluruh dalam praktik manajemen pajak sektor ritel.

Kata kunci: Intensitas Iklan; Intensitas Modal; Intensitas Persediaan; Penghindaran Pajak; Pertumbuhan Penjualan

1. LATAR BELAKANG

Skema *self assessment* yang berlaku di Indonesia mewajibkan wajib pajak, khususnya Pengusaha Kena Pajak (PKP) diberi otoritas penuh untuk mengkalkulasi dan menyampaikan pajak terutang (Nugrahadi & Rinaldi, 2021). Walaupun pajak menjadi andalan utama penerimaan negara untuk membiayai kegiatan pemerintah dan pembangunan, dunia usaha memandang pajak sebagai biaya yang secara langsung memotong *profit* bersih. Otoritas penuh pada skema tersebut membuka potensi bagi wajib pajak melaksanakan TA. Praktik TA ini menjadi usaha meminimalkan pajak suatu entitas dengan memanfaatkan berbagai celah dalam peraturan perpajakan, selama tidak bertentangan dengan prinsip UU, sehingga statusnya tetap

legal. Fenomena ini berakar dari definisi pajak itu sendiri terkait iuran wajib yang harus dibayarkan oleh individu atau entitas kepada negara, tanpa adanya balasan langsung dan ditujukan untuk membiayai segala kebutuhan negara demi kemakmuran masyarakat luas (Direktorat Jenderal Pajak (DJP), n.d.-b).

Fenomena *tax avoidance* pada perusahaan ritel telah menjadi sorotan tingkat global. Salah satunya adalah tuduhan terhadap IKEA pernah diduga terlibat skema pengurangan pajak yang signifikan hingga mencapai Rp 14.900 triliun melalui praktik pemindahan *profit* ke negara dengan menerapkan tarif pajak minimal (Kompas, 2016). Kasus ini menunjukkan bahwa sektor ritel besar pun rentan terhadap praktik ini dan berisiko merusak citra korporat. Potensi kerugian penerimaan pajak yang dialami di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 44 triliun, ekuivalen dengan 2.736,5 juta dolar AS. Menurut laporan Tax Justice Network (2023), defisit yang signifikan ini timbul akibat praktik pengelakan kewajiban pajak yang dilakukan oleh sejumlah korporasi (Direktorat Jenderal Pajak (DJP), n.d.-a). Data ini menunjukkan terkait dampak buruk penghindaran pajak yang tak terbatas pada berkurangnya pendapatan negara, isu ini juga penting untuk dikaji lebih mendalam dalam konteks perusahaan ritel yang memiliki karakteristik bisnis yang spesifik.

Isu tersebut dibuktikan dengan kecenderungan rendahnya *tax ratio* di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan oleh data yang mengalami kemerosotan konsisten. Rasio yang mengukur proporsi penerimaan pajak pada Produk Domestik Bruto (PDB) ini tercatat menurun dari 10,38% pada 2022, kemudian 10,31% pada 2023, dan akhirnya 10,08% pada 2024 (Consulting, 2025). Angka tersebut masih berada dibawah rata-rata kawasan Asia Pasifik, yang mengindikasikan adanya tantangan signifikan dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak. Situasi ini menegaskan urgensi untuk melakukan kajian mendalam terhadap determinan yang mempengaruhi kecenderungan perusahaan melakukan *tax avoidance*, khususnya pada sektor ritel.

Peran perusahaan ritel dalam menyediakan kebutuhan pokok masyarakat menjadikannya salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini memiliki karakteristik yang unik seperti, tingginya kebutuhan aset tetap, besarnya persediaan barang dagang untuk operasional perusahaan, pengeluaran yang cukup besar untuk aktivitas promosi, serta tingkat pertumbuhan penjualan yang cenderung fluktuatif. Karakteristik tersebut berpotensi mempengaruhi kebijakan keuangan perusahaan, termasuk keputusan suatu entitas dalam melakukan praktik TA.

Rasio aset tetap terhadap total keseluruhan asetnya didefinisikan sebagai *capital intensity* sebagaimana diuraikan oleh (Marlinda et al., 2020). Intensitas modal yang tinggi

berimplikasi pada kemampuan perusahaan untuk meminimalkan jumlah pajak terutang melalui beban penyusutan (depresiasi). *Inventory Intensity* merupakan komponen dalam struktur aktiva yang diukur melalui perbandingan jumlah persediaan terhadap total aset perusahaan (Riawan & Putri, 2023). Biaya-biaya operasional yang dikeluarkan untuk memelihara persediaan berpotensi mengurangi jumlah pajak terutang perusahaan. *Advertising Intensity* mencerminkan pengeluaran perusahaan untuk kegiatan promosi terhadap penghasilan penjualan dan pendapatannya. Perusahaan ritel yang sangat bergantung pada strategi pemasaran dapat memanfaatkan biaya iklan yang tinggi untuk mengurangi laba yang diperoleh. *Sales Growth* mencerminkan perkembangan penjualan meningkat atau menurun dari tahun ke tahun (Purnomo, 2023). Perusahaan yang berhasil meningkatkan penjualan umumnya memperoleh *profit* lebih tinggi. Kondisi ini berimplikasi pada meningkatnya kewajiban pajak yang harus ditanggung. Untuk menjaga laba tetap optimal, perusahaan cenderung menerapkan strategi *tax avoidance* sebagai bentuk efisiensi beban pajak (Purnomo, 2023).

Sari & Indrawan (2022) pada risetnya menjelaskan *capital intensity* memiliki efek signifikan pada *tax avoidance*, sedangkan Marsahala et al. (2020) yang menyatakan bahwa *capital intensity* tidak memberikan efek signifikan terhadap praktik *tax avoidance*. Inkonsistensi serupa juga ditemukan pada variabel *inventory intensity*, *advertising intensity*, dan *sales growth*, sehingga diperlukan pengujian lebih lanjut dengan pendekatan yang mempertimbangkan sektor yang berbeda. Atas dasar itu, riset ini berupaya menguji kembali keterkaitan antar variabel tersebut, khususnya pada konteks sektor ritel. Oleh karena itu, kondisi ini menjadi dasar bagi penulis dalam merumuskan dan memilih judul penelitian ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Agensi (Agency Theory)

Ross (1973) pertama kali memperkenalkan teori agensi, lalu kemudian disempurnakan Jensen dan Meckling (1976) yang merujuk pada riset milik Pradipta et al. (2024). Teori ini menekankan hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajer (agen), dimana agen diberi wewenang untuk membuat keputusan. Namun, dalam praktiknya, kepentingan agen tidak selalu sejalan dengan kepentingan pemilik.

Tax Avoidance

Pohan (2016) menyatakan bahwa penghindaran pajak (TA) dianggap sebagai tindakan sah yang dilaksanakan oleh wajib pajak. Prinsip dari praktek ini ialah mengurangi kewajiban pajak tanpa menyalahi ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku. Perusahaan cenderung melakukan praktek ini sebab pembayaran pajak sering dianggap sebagai pengeluaran yang

dapat melemahkan kondisi finansial (Septriani et al., 2023). Dalam konteks korporasi, *tax avoidance* dilakukan sebagai upaya untuk menghemat beban pajak sekaligus meningkatkan arus kas yang dialirkan ke kegiatan operasional serta investasi jangka panjang (Sari & Indrawan, 2022).

Pengaruh Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance

Proporsi aset tetap dibandingkan dengan total aset perusahaan dikenal sebagai *capital intensity*. Berdasarkan teori agensi, manajer memiliki insentif untuk menekan laba kena pajak sebagai upaya mengurangi beban pajak perusahaan. Salah satunya melalui kepemilikan aset tetap, sebab tingginya *capital intensity* menyebabkan beban depresiasi meningkat yang berfungsi menekan laba perusahaan. Dukungan teoretis untuk hipotesis riset ini diperkuat oleh Sari & Indrawan (2022) serta norma Lutfita Sari & Ajimat (2023). Para peneliti ini menemukan bahwa proporsi aset tetap yang besar memiliki relasi signifikan dengan upaya perusahaan melakukan TA

H₁ : *Capital Intensity* berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*

Pengaruh Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance

Peningkatan biaya pemeliharaan maupun penyimpanan dapat timbul akibat tingginya alokasi aset perusahaan pada persediaan, yang dalam penelitian ini disebut sebagai *inventory intensity*. Menurut teori agensi, manajer memiliki hak untuk mengelola biaya tersebut agar tidak mengurangi laba perusahaan, sekaligus memanfaatkan tingginya persediaan untuk menekan kewajiban pajak (Sari & Indrawan, 2022). Tingginya *inventory intensity* akan meningkatkan biaya dan mengurangi laba kena pajak, penurunan laba ini akan menyebabkan turunnya ETR yang mengindikasikan tingkat praktik *tax avoidance* semakin tinggi (Rahmawati & Irawati, 2023). Dukungan teoretis untuk hipotesis riset ini diperkuat oleh Sari & Indrawan (2022) dan Rahmawati & Irawati (2023). Para peneliti ini menemukan proporsi persediaan yang besar memiliki relasi signifikan dengan upaya perusahaan melakukan TA.

H₂ : *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap *Tax avoidance*

Pengaruh Advertising Intensity Terhadap Tax Avoidance

Biaya iklan merupakan pengeluaran perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar melalui promosi dan penyebaran informasi mengenai produk/jasa (Rahmawati & Irawati, 2023). Pada industri ritel, iklan merupakan elemen penting dalam mendorong penjualan dan menjaga posisi pasar. Selain berfungsi sebagai sarana promosi, pengeluaran iklan yang besar juga dapat dikategorikan sebagai biaya operasional sehingga berpotensi menekan laba kena pajak. Mengacu pada teori agensi, manajemen dapat memanfaatkan pengeluaran iklan tidak hanya untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga sebagai strategi penghindaran pajak secara

legal. Atas dasar pemikiran tersebut, semakin tinggi advertising intensity, maka kecenderungan perusahaan melakukan *tax avoidance* juga semakin besar. Dukungan teoretis untuk hipotesis riset ini diperkuat oleh Pradipta et al. (2024). Peneliti ini menemukan proporsi biaya iklan yang besar memiliki relasi signifikan dengan upaya perusahaan melakukan TA.

H₃ : *Advertising Intensity* berpengaruh terhadap *Tax avoidance*

Pengaruh Sales Growth Terhadap Tax Avoidance

Upaya perusahaan dalam meningkatkan kinerja operasional dan melakukan ekspansi usaha dari waktu ke waktu dikatakan sebagai pertumbuhan penjualan (SG). Kenaikan penjualan umumnya berdampak pada naiknya laba, yang kemudian membuat kewajiban pajak perusahaan ikut meningkat (Amri & Subadriyah, 2023). Dalam konteks ini, manajemen akan terdorong untuk menerapkan strategi *tax avoidance* sebagai bentuk perencanaan pajak guna mengurangi beban fiskal. Dukungan teoretis untuk hipotesis riset ini diperkuat oleh Ainniyya et al. (2021) dan Amri & Subadriyah (2023). Peneliti ini menemukan jika pertumbuhan penjualan yang besar memiliki relasi signifikan dengan upaya perusahaan melakukan TA.

H₄ : *Sales Growth* berpengaruh terhadap *Tax avoidance*.

3. METODE PENELITIAN

Riset ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif dengan jenis riset asosiatif. Creswell (2014) menyatakan bahwa riset kuantitatif difokuskan pada pengujian teori yang bersifat objektif melalui pengukuran serta analisis hubungan antar variabel dengan prosedur statistik.

Objek riset difokuskan pada perusahaan sektor ritel yang tercatat di BEI dalam kurun waktu tahun 2022-2024. Riset ini mengandalkan data sekunder yang diakses dari portal resmi BEI (www.idx.co.id), seluruh data tersebut juga dikonfirmasi melalui laporan yang diterbitkan pada web resmi masing-masing perusahaan. Populasi riset terdiri atas 32 perusahaan. Dari jumlah tersebut, peneliti menentukan sampel dengan mengaplikasikan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria spesifik, sehingga terhimpun 57 data observasi yang diperoleh dari 19 perusahaan. Data dalam riset ini dianalisis dengan mengaplikasikan model regresi linier berganda dengan dibantu oleh aplikasi SPSS 25.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Tax Avoidance</i>	Upaya wajib pajak menekan beban pajak tanpa menyalahi aturan hukum (Marsahala et al., 2020)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio
<i>Capital Intensity</i>	Rasio yang menggambarkan proporsi investasi pada aset tetap (Amri & Subadriyah, 2023)	$CI = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
<i>Inventory Intensity</i>	Rasio yang memperhitungkan proporsi aset perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk stok barang (Sari & Indrawan, 2022)	$INV = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
<i>Advertising Intensity</i>	Rasio yang mengukur seberapa besar beban iklan yang dikeluarkan dibandingkan dengan penjualan (Purnomo, 2023)	$AI = \frac{\text{Beban Iklan}}{\text{Total Pendapatan}}$	Rasio
<i>Sales Growth</i>	Rasio yang mengukur peningkatan penjualan perusahaan secara berkala (Ainniyya et al., 2021)	$SG = \frac{\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t - 1}{\text{Penjualan Tahun } t - 1}$	Rasio

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif.

	N	Min	Max	Mean	Std.
CI	57	0,048	0,8149	0,40293	0,1921387
II	57	0,032	0,4907	0,26696	0,1279433
AI	57	0,0002	0,0481	0,011486	0,0105149
SG	57	-0,0882	0,6222	0,124602	0,136066
TA	57	0,0123	0,5298	0,229863	0,0819202
Valid N (listwise)	57				

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa *capital intensity* pada sampel penelitian memiliki rata-rata 0,40293 dengan std. 0,1921387. Homogenitas data terkonfirmasi karena nilai mean melampaui nilai standar deviasi. Nilai minimum 0,048 tercatat pada PT Millenium Pharmacon Internasional Tbk (2022), sedangkan nilai maksimum 0,8149 terdapat pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk (2024).

Rata-rata *inventory intensity* 0,26696 dengan std. 0,1279433, yang mengindikasikan data relatif homogen. Nilai minimum 0,032 muncul pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk (2023), sementara nilai maksimum 0,4907 tercatat pada PT Mega Perintis Tbk (2023).

Rata-rata *advertising intensity* 0,01148 dengan std. 0,0105149. Kondisi ini menandakan data cukup bervariasi (heterogen) karena standar deviasi lebih besar dari mean. Nilai minimum 0,0002 diperoleh PT Millenium Pharmacon Internasional Tbk (2022 & 2024), sedangkan nilai maksimum 0,0481 dimiliki PT Diamond Food Indonesia Tbk (2023).

Rata-rata *sales growth* 0,124602 dengan std. 0,136066, menunjukkan adanya keragaman (heterogen) data. Angka minimum tercatat -0,0882 pada PT Putra Mandiri Jembar Tbk (2023), sedangkan angka maksimum 0,6222 terdapat pada PT Map Aktif Adiperkasa Tbk (2022).

ETR sebagai proksi *tax avoidance* memperoleh rata-rata 0,229863 dan std. 0,0819202, sehingga data dapat dikatakan cukup homogen. Nilai minimum 0,0123 terdapat pada PT Electronic City Indonesia Tbk (2023), sementara nilai maksimum 0,5298 muncul pada PT Indomobil Sukses Internasional Tbk (2024).

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas.

Variabel yang Diuji	N	Nilai K-S (D)	Asymp. Sig. (p)	Monte Carlo Sig. (p)	Keterangan
Unstd. Res	57	0,123	0,032	0,338	Normal (berdasarkan Monte Carlo Sig.)

Nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* Monte Carlo 0,338 jauh melebihi batas signifikansi 0,05. Temuan ini menegaskan seluruh variabel riset ini dapat dinyatakan berdistribusi normal dan sesuai dengan asumsi analisis parametrik.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas.

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
CI	0,851	1,175	Non - Multikolinearitas
II	0,862	1,16	Non - Multikolinearitas
AI	0,87	1,149	Non - Multikolinearitas
SG	0,887	1,167	Non - Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan semua variabel independen mematuhi nilai Tolerance > 10 dan VIF < 10. Secara rinci, Tolerance berada pada kisaran 0,851 - 0,870, sedangkan VIF berkisar antara 1,149 - 1,175. Kedua indikator tersebut menegaskan tidak adanya isu multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas.

Variabel Independen	Signifikansi	Keterangan
CI	0,234	Non - Heteroskedastisitas
II	0,352	Non - Heteroskedastisitas
AI	0,261	Non - Heteroskedastisitas
SG	0,163	Non - Heteroskedastisitas

Asumsi homokedastisitas terpenuhi, sebab nilai signifikansi semua variabel independen berada diantara 0,163 - 0,352 jauh melampaui batas toleransi 0,05. Temuan ini mengonfirmasi model regresi bebas heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi.

Model	DW	Keterangan
1	1,796	Non - Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson (DW) 1,796 dengan 57 sampel dan empat variabel bebas pada tingkat signifikansi 5%. Nilai ini tersebut terletak dalam rentang dU (1,7233) hingga 4-dU (2,2767). Sehingga mendapatkan ($1,7233 < 1,796 < 2,2767$) maka dapat dikatakan bebas dari isu autokorelasi.

Uji Signifikan Simultan F (Uji F)

Tabel 8. Uji F.

Model	F _{Hitung}	Signifikansi
1	2,826	0,034

Nilai Fhitung sebesar 2,826 dengan signifikansi 0,034 ($< 0,05$). Kondisi tersebut memvalidasi pengaruh variabel bebas terhadap tax avoidance signifikan apabila diuji secara simultan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor operasional perusahaan, jika dilihat secara bersama-sama, memberikan kontribusi yang nyata dalam menjelaskan perilaku tax avoidance di perusahaan.

Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Tabel 9. Uji t.

Variabel Independen	(B)	T _{hitung}	Signifikansi (p-value)
CI	-0,16	-3,159	0,003
II	0,315	2,89	0,006
AI	0,111	0,147	0,884
SG	-0,045	-0,704	0,486

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis melalui model regresi linier berganda menghasilkan kesimpulan:

$$ETR = 0,188 - 0,16 X_1 + 0,315 X_2 + 0,111 X_3 - 0,045 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

ETR = Tax Avoidance

X₁ = Capital Intensity

X₂ = Inventory Intensity

X₃ = Advertising Intensity

X₄ = Sales Growth

ε = Error

Berdasarkan derajat kebebasan ($df = n - k = 57 - 4 = 53$) dan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, nilai t_{tabel} yang dipakai dalam pengujian adalah 2,006. Koefisien untuk variabel capital intensity tercatat -0,16 yang mengindikasikan bahwa kenaikan 1 satuan pada capital intensity berasosiasi dengan penurunan nilai tax avoidance sebesar 0,16 satuan. Statistik untuk uji t menunjukkan $t_{hitung} = -3,159$ dengan nilai signifikan $p = 0,003$. Dikarenakan $-t_{tabel}$ lebih besar dari t_{hitung} ($-3,159 < -2,006$) dan $p < 0,05$, bisa diambil kesimpulan pengaruh CI terhadap TA signifikan. Maka hipotesis pertama (H_1) diterima.

Variabel inventory intensity memperoleh koefisien sebesar 0,315 yang menunjukkan perubahan positif pada tax avoidance sebesar 0,315 satuan tiap kenaikan 1 satuan II. Nilai t_{hitung} variabel ini adalah 2,890 dan $p = 0,006$. Mengingat t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,890 > 2,006$) dan $p < 0,05$, maka hubungan antara II dan TA dinyatakan berpengaruh signifikan, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Untuk advertising intensity, koefisien yang terestimasi adalah 0,111 dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,147 dan signifikansi $p = 0,884$. Dikarenakan t_{hitung} jauh lebih kecil daripada t_{tabel} ($0,147 < 2,006$) dan $p > 0,05$, tidak ditemukan bukti yang mendukung pengaruh signifikan AI terhadap TA. Maka hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

Variabel sales growth menunjukkan koefisien -0,045 dan nilai t_{hitung} -0,704 dengan $p = 0,486$. Dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari $-t_{tabel}$ ($-0,705 > -2,006$) dan $p > 0,05$, pengaruh SG terhadap TA tidak signifikan pada model ini, sehingga hipotesis keempat (H_4) ditolak.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi.

Koefisien Korelasi (R)	Koefisien Determinasi (R ²)	Adjusted R ²
0,645	0,416	0,353

Nilai R² yang diperoleh adalah 0,353 atau setara 35% menunjukkan bahwa kontribusi variabel CI, II, AI dan SG dalam menjelaskan TA sebesar 35,3%, adapun sisanya 64,7% disebabkan faktor-faktor yang belum diuji di riset ini.

Pengaruh *Capital Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*

Riset yang dilakukan memperlihatkan CI terbukti memberikan efek signifikan pada TA. Aset tetap menghasilkan beban penyusutan yang merupakan biaya non kas dan bisa digunakan untuk mengurangi jumlah laba yang dikenai pajak. Sehingga perusahaan dengan aset tetap yang banyak memiliki kesempatan dalam melakukan praktek penghindaran pajak dengan memaksimalkan pemanfaatan biaya penyusutan untuk menekan *profit*. *Capital intensity* melalui perspektif teori agensi yang menunjukkan adanya konflik dimana manajemen sebagai agen memiliki kepentingan untuk memanfaatkan aset tetap agar bisa mengurangi kewajiban pajak perusahaan, sehingga beban penyusutan bisa menjadi salah satu cara yang efisien dalam praktik *tax avoidance*. Temuan riset ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Sari & Indrawan (2022) dan Norma Lutfita Sari & Ajimat (2023) yang menyimpulkan CI memberikan efek signifikan pada TA.

Namun, temuan riset ini berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Marsahala et al. (2020) serta Amri & Subadriyah (2023) yang menyimpulkan CI tidak memberikan efek pada TA.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*

Riset yang dilakukan memperlihatkan II terbukti memberikan efek signifikan pada TA. Semakin tinggi tingkat persediaan, semakin besar pula biaya penyimpanan dan pemeliharaan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Kenaikan biaya ini akan mengakibatkan penurunan *profit* kena pajak, sehingga jumlah pajak yang wajib dibayarkan turut berkurang. *Inventory intensity* dari perspektif teori agensi, manajemen sebagai agen memiliki kebebasan dalam mengelola persediaan guna menyeimbangkan kepentingan pemilik (*principal*) yang menginginkan laba maksimal dengan kebutuhan operasional perusahaan. Strategi menjaga tingkat *inventory intensity* tertentu dapat digunakan untuk mendukung operasional sekaligus sebagai sarana efisiensi beban pajak. Temuan riset ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Rahmawati & Irawati (2023) yang menyimpulkan II memberikan efek signifikan pada TA.

Namun, temuan riset ini berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Norma Lutfita Sari & Ajimat (2023) yang menyimpulkan II tidak memberikan efek pada TA.

Pengaruh *Advertising Intensity* Terhadap *Tax Avoidance*

Riset yang dilakukan memperlihatkan AI tidak terbukti memberikan efek pada TA. Walaupun secara teori biaya iklan dapat menjadi pengurang penghasilan bruto sesuai PMK Nomor 2/PMK.03/2010, dalam praktiknya perusahaan ritel cenderung menempatkan biaya iklan sebagai strategi pemasaran murni untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan,

bukan untuk tujuan efisiensi pajak. Dengan kata lain, perusahaan lebih memfokuskan iklan pada fungsi promosi daripada menjadikannya instrumen *tax avoidance*.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dalam literatur karena sejauh pengetahuan peneliti, variabel *advertising intensity* belum banyak diteliti dalam kaitannya dengan *tax avoidance*. Maka dari itu, temuan riset ini dapat dijadikan sebagai acuan dan dasar bagi riset berikutnya yang berkeinginan mendalami lebih lanjut mengenai hubungan antara AI dengan praktik TA.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Tax Avoidance

Riset yang dilakukan memperlihatkan SG tidak terbukti memberikan efek pada keputusan perusahaan dalam melakukan TA. Peningkatan *sales growth* justru menarik perhatian otoritas pajak, sehingga perusahaan cenderung lebih bijak dalam menyusun kebijakan perpajakan agar terhindar dari sanksi dan penilaian negatif karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin meningkat pula jumlah nominal pajak terutang yang wajib disetorkan. Temuan riset ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Nelkenbrecher (2021) yang menyimpulkan SG tidak memberikan efek signifikan pada TA

Namun, temuan riset ini berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Noviyanti Dewi & Wahyu Nurul Hidayati (2024) serta Amri & Subadriyah (2023) yang menyimpulkan SG berpengaruh terhadap TA, dimana peningkatan penjualan mendorong manajemen melakukan praktik *tax avoidance* untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Riset ini menyimpulkan bahwa CI dan II teruji memiliki efek signifikan pada TA. Disisi lain, AI dan SG tidak menunjukkan efek yang berarti. Implikasinya, semakin besar alokasi perusahaan pada aset tetap maupun persediaan akan menghasilkan beban depresiasi serta biaya penyimpanan tambahan yang dapat menekan kewajiban pajak perusahaan. Sementara itu, besarnya pengeluaran iklan maupun pertumbuhan penjualan tidak dimanfaatkan perusahaan sebagai sarana penghindaran pajak, melainkan lebih difokuskan pada strategi pemasaran dan pertumbuhan usaha.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan memperpanjang periode observasi agar pola *tax avoidance* dapat dikaji dengan lebih stabil dan terukur dalam jangka waktu yang lebih luas. Penelitian mendatang juga dianjurkan membandingkan perusahaan ritel konvensional dengan ritel berbasis digital, mengingat kemajuan digitalisasi di sektor ritel menghadirkan dinamika

baru dalam praktik perpajakan. Penambahan variabel non-keuangan, seperti tata kelola perusahaan dan reputasi perusahaan juga penting untuk dipertimbangkan sehingga hasil riset di masa depan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh terkait fenomena penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainniyya, S. M., Sumiati, A., & Susanti, S. (2021). Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Owner*, 5(2), 525–535. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.453>
- Amri, S. A., & Subadriyah, S. (2023). Pengaruh capital intensity, inventory intensity dan sales growth terhadap tax avoidance. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.26533/jad.v6i1.1096>
- Consulting, M. (2025, Januari 3). *Tax ratio bakal turun lagi di 2025? Ini kata DJP*. MUC Consulting. <https://muc.co.id/id/article/tax-ratio-bakal-turun-lagi-di-2025-ini-kata-djp>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, N., & Hidayati, W. N. (2024). Pengaruh manajemen laba, sales growth, transfer pricing, dan umur perusahaan terhadap praktik penghindaran pajak. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(4), 205–216. <https://doi.org/10.54259/akua.v3i4.3030>
- Direktorat Jenderal Pajak (DJP). (n.d.-a). *Jangan jadi pengemplang pajak*. <https://pajak.go.id/id/artikel/jangan-jadi-pengemplang-pajak>
- Direktorat Jenderal Pajak (DJP). (n.d.-b). *Pengertian pajak*. <https://pajak.go.id/id/pajak>
- Kompas. (2016, Februari 16). *IKEA dituduh hindari pajak hingga Rp 14.900 triliun*. Kompas.com. <https://properti.kompas.com/read/2016/02/16/081748621/Ikea.Dituduh.Hindari.Pajak.hingga.Rp.14.900.Triliun>
- Marlinda, D. E., Titisari, K. H., & Masitoh, E. (2020). Pengaruh GCG, profitabilitas, capital intensity, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 39–46. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i1.86>
- Marsahala, Y. T., Arieftiara, D., & Lastiningsih, N. (2020). Commissioner's competency effect of profitability, capital intensity, and tax avoidance. *Journal of Contemporary Accounting*, 2(3), 129–140. <https://doi.org/10.20885/jca.vol2.iss3.art2>
- Nelkenbrecher, J. C. (2021). Constantinopel. *Johann Christian Nelckenbrechers Taschenbuch Eines Banquiers Und Kaufmanns*, 17(1), 35–38. <https://doi.org/10.1515/9783112509807-017>
- Nugrahadi, E. W., & Rinaldi, M. (2021). The effect of capital intensity and inventory intensity on tax avoidance at food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). In *Proceedings of the International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and Education (ICoSIEBE 2020)* (Vol. 163, pp. 221–225). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210220.039>
- Pohan. (2016). *Manajemen perpajakan: Strategi perencanaan pajak & bisnis* (Edisi revisi).

- Pradipta, K. A., Irawan, F., & Arieftiara, D. (2024). The influence of capital intensity, advertising intensity and transfer pricing on tax aggressiveness. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 5(3), 223–234. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i3.3119>
- Purnomo, R. R. (2023). Pengaruh leverage, intensitas modal dan profitabilitas terhadap penghindaran pajak. *Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 2(1), 25–32. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Rahmawati, R., & Irawati, W. (2023). Pengaruh inventory intensity, kepemilikan institusional dan transfer pricing terhadap tax avoidance. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 12(2), 180–194. <https://doi.org/10.30591/monex.v12i2.4836>
- Riawan, S. K., & Putri, V. R. (2023). Kinerja keuangan, inventory intensity dan sales growth mempengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan ritel go public periode 2014–2018. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(2), 89–97. <https://doi.org/10.35384/jkp.v18i2.335>
- Sari, M. R., & Indrawan, I. G. A. (2022). Pengaruh kepemilikan institusional, capital intensity dan inventory intensity terhadap tax avoidance. *Owner*, 6(4), 4037–4049. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1092>
- Sari, N. L., & Ajimat, A. (2023). Pengaruh capital intensity, inventory intensity, dan leverage terhadap tax avoidance. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(4), 279–285. <https://doi.org/10.54259/akua.v2i4.1953>
- Septriani, Y., Zikrillah, R., & Oliyan, F. (2023). Advertising intensity, good corporate governance, dan penghindaran pajak perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 25(2), 379–394. <https://doi.org/10.34208/jba.v25i2.2244>