

PENGARUH INVENTORY INTENSITY, DEFERRED TAX EXPENSE DAN ADVERTISING INTENSITY TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK
(Studi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2023)

Erdini Yanti¹, Citra Kharisma Utami², Siti Ganiah Maulany³

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Nusantara

Correspondence		
Email: ¹ Erdiniyanti@gmail.com , ² citrakharismautami@uninus.ac.id , ³ sitiganiahmaulany@uninus.ac.id	No. Telp:	
Submitted 4 September 2024	Accepted 10 September 2024	Published 11 September 2024

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of Inventory Intensity, Deferred Tax Expense, and Advertising Intensity on tax aggressiveness in pharmaceutical companies on the IDX in 2017-2023. This research uses quantitative methods. The population in this study was 9 companies. In this research, sampling used the purposive sampling method. The independent variables in this research are, Inventory Intensity, Deferred Tax Expense, Advertising Intensity and the dependent variable is tax aggressiveness. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the research analysis show that Inventory Intensity has no effect on tax aggressiveness. This is proven by the significance result of 0.596 which is greater than 0.05 while Deferred Tax Expense has an effect on tax aggressiveness. These results are proven by the significance result of 0.013 which is smaller than 0.05 and Advertising Intensity has no effect on tax aggressiveness. These results are proven by the significance result of 0.426 which is greater than 0.05. The coefficient of determination or R² value of Inventory Intensity (INV), Deferred Tax Expense (DTE), Advertising Intensity (ADV) on Tax Aggressiveness is 16%.

Keyword : *Inventory Intensity, Deferred Tax Expense, Advertising Intensity, Tax Aggressiveness*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu kontributor utama bagi pendapatan negara. Di Indonesia, sistem perpajakan menerapkan metode *self-assessment*, di mana wajib pajak bertanggung jawab penuh atas penghitungan, penyetoran, dan pelaporan pajak mereka. Hal ini menuntut wajib pajak memiliki pemahaman yang baik mengenai peraturan perpajakan agar dapat menjalankan kewajiban mereka secara benar. Pemahaman ini sangat penting karena perpajakan berperan vital dalam menjaga stabilitas keuangan negara.

Dalam beberapa tahun terakhir, pendapatan pajak di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dari sektor non-migas. Berdasarkan data Nota Keuangan 2023, penerimaan pajak pada tahun 2023 mencapai Rp 2.118,3 triliun, naik sebesar 4% dari tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa upaya pemerintah untuk mengoptimalkan penerimaan pajak, baik melalui perluasan basis pajak maupun optimalisasi pemungutan pajak, telah memberikan hasil yang positif. Meskipun demikian, realisasi penerimaan pajak tidak selalu mencapai target yang ditetapkan setiap tahunnya. Menurut perusahaan, pajak merupakan kewajiban yang mengurangi keuntungan perusahaan. Mengakibatkan perusahaan menjadi agresif terhadap pajak. Tindakan agresif yang dilakukan perusahaan terhadap pajak menjadi satu penyebab faktor tidak tercapainya target realisasi pendapatan negara dari sektor pajak yang ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dalam jangka waktu 2018-2023. Realisasi penerimaan pajak tahun 2018-2023 terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Target dan realisasi penerimaan Negara Sektor Pajak Tahun 2018 - 2023

Tahun	Target Penerimaan pajak (Milyar Rupiah)	Realisasi Penerimaan Pajak (Milyar Rupiah)	Persentase Realisasi Penerimaan Pajak
2018	1.618.088	1.518.789,8	93.8%
2019	1.780.990	1.546.141,9	86.8%
2020	1.404.500	1.285.136,3	91.5%
2021	1.743.600	2.003.100,0	114.4%
2022	1.784.000	2.034.500,0	114%
2023	1.728.000	1.869.200,0	108.8%

Fluktuasi realisasi penerimaan pajak di Indonesia dari tahun ke tahun mencerminkan target yang belum tercapai selama periode 2018 hingga 2020. Penyebab utama rendahnya penerimaan pajak adalah rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak, serta kapasitas sumber daya manusia di Direktorat Jenderal Pajak yang tidak memadai jika dibandingkan dengan negara-negara maju. Selain itu, faktor agresivitas pajak juga turut mempengaruhi, di mana perusahaan menggunakan strategi untuk mengurangi beban pajak melalui penghindaran pajak, baik secara legal (*tax avoidance*) maupun ilegal (*tax evasion*).

Beberapa faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak antara lain *inventory intensity*, *deferred tax expense*, dan *advertising intensity*. *Inventory intensity* berhubungan dengan alokasi persediaan perusahaan untuk investasi, yang dapat memicu biaya tambahan seperti penyimpanan dan pemeliharaan. Perusahaan dengan *inventory intensity* tinggi cenderung memiliki tingkat agresivitas pajak lebih tinggi. *Deferred tax expense*, yang timbul dari perbedaan waktu pencatatan pajak, juga mempengaruhi kewajiban pajak perusahaan. Sementara itu, *advertising intensity* berperan dalam pengakuan publik perusahaan, di mana peningkatan biaya iklan sering kali dikaitkan dengan penurunan agresivitas pajak.

Analisis pada beberapa perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan hasil yang bervariasi terkait pengaruh ketiga variabel ini terhadap agresivitas pajak. Pada PT Darya-Varia Laboratoria Tbk, peningkatan *inventory intensity* dari tahun 2019 hingga 2020 diikuti dengan penurunan agresivitas pajak. *Deferred tax expense* di perusahaan ini juga menunjukkan korelasi positif dengan penurunan agresivitas pajak. Hal yang sama terjadi pada PT Kimia Farma Tbk, di mana *deferred tax expense* yang rendah pada tahun 2020 justru diikuti dengan agresivitas pajak yang tinggi. Sementara itu, PT Kalbe Farma Tbk mengalami fluktuasi pada ketiga variabel ini, namun menunjukkan pola serupa di mana penurunan *advertising intensity* sering kali diikuti oleh kenaikan agresivitas pajak.

Tabel Hasil Variabel di Lapangan Agresivitas Pajak Periode 2017-2023

Kode	Nama Perusahaan	Periode	ETR	INV	DTE	ADV
DVLA	PT. Daria-Varia Laboratoria Tbk.	2017	0.2825	0.1242	-0.0023	0.1625
		2018	0.2645	0.1667	-0.0000	0.1510
		2019	0.2637	0.1823	0.0025	0.1289
		2020	0.2428	0.1884	0.0057	0.1286
		2021	0.3072	0.2061	0.0013	0.1378
		2022	0.2571	0.2528	0.0015	0.1377
		2023	0.2363	0.2216	0.0039	0.1268

KAEF	PT. Kimia Farma Tbk.	2017	0.2623	0.1955	0.0014	0.0473
		2018	0.3045	0.1908	0.0008	0.0413
		2019	0.5852	0.1552	-0.0072	0.0518
		2020	0.7215	0.1398	0.0002	0.0412
		2021	0.2621	0.1515	0.0013	0.0266
		2023	-0.16865	0.1411	0.0194	0.0569
KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk.	2017	0.2431	0.2140	0.0006	0.0877
		2018	0.2447	0.1914	0.0007	0.0774
		2019	0.2542	0.1844	0.000	0.0767
		2020	0.2282	0.1595	0.0016	0.0707
		2021	0.2199	0.1982	0.00008	0.0761
		2022	0.2262	0.2579	0.0005	0.0712
		2023	0.2295	0.2510	-0.0005	0.0693

Temuan-temuan ini mendukung pentingnya penelitian lebih lanjut terkait agresivitas pajak, terutama di kalangan perusahaan farmasi yang merupakan salah satu sektor terbesar dan penyumbang pendapatan negara yang signifikan. Penelitian ini fokus pada periode 2017-2023 dan bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana *inventory intensity*, *deferred tax expense*, dan *advertising intensity* mempengaruhi agresivitas pajak.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Agensi

Agency theory diperkenalkan pertama kali oleh Jensen dan Meckling (1976). Konsep teori agensi menyatakan adanya keterkaitan hubungan antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) dan penerima wewenang (*agent*). Konsep teori ini berfungsi sebagai kerangka dasar untuk praktik operasional dalam entitas bisnis. Prinsip yang mendasari mengemukakan hubungan fungsional antara prinsipal, sering diwakili oleh investor, dan agen yang dipercayakan dengan otoritas pengambilan keputusan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Damayanty (2021) menyatakan bahwa teori agensi menjelaskan adanya konflik yang akan timbul antara pemilik dan manajemen perusahaan. Pemisahan antara kepemilikan dan manajemen dapat menimbulkan masalah keagenan. Pemilik perusahaan mendelegasikan tanggung jawab manajer untuk mengawasi operasi perusahaan, termasuk manajemen keuangan dan pengambilan keputusan strategis. Dengan kewenangan seperti itu, manajer mungkin melakukan hal yang menyimpang dari arahan kepentingan pemilik, sebagai akibat dari kepentingan yang saling bertentangan. Dimana kepemilikan saham sepenuhnya dimiliki oleh pemegang saham, sedangkan manajer (*agent*) diperintahkan untuk memaksimalkan tingkat pengembalian pemegang saham sehingga terjadi *conflict of interest*, perbedaan tersebut memicu biaya – biaya (*agency cost*) yang seharusnya tidak perlu jika perusahaan dikelola langsung oleh pemilik.

Agency cost disini meliputi *monitoring cost*, *bonding cost*, *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul oleh *principal* untuk mengawasi operasi yang dilakukan oleh menejer (*agent*). *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggihkan oleh *agent* untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*.

Residual loss adalah suatu pengorbanan berupa berkurangnya kemakmuran pihak *principal* akibat dari perbedaan keputusan antara *agent* dan *principal*.

Adanya kemungkinan bahwa manajemen melakukan kecurangan untuk mendapatkan keuntungan finansial, sehingga para pemegang saham dan pemilik perusahaan tidak percaya pada apapun tindakan yang dilakukan manajemen karena dapat berdampak negatif pada perusahaan. Konflik ini disebut sebagai *agency problem*.

Agency problem terjadi antara *principal* dan *agent* dalam berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya mengenai pajak perusahaan. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* memberikan wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Penggunaan sistem ini dapat memberikan kesempatan bagi *agent* untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan semakin kecil.

Inventory intensity

Inventory intensity mengacu pada seberapa besar proporsi aset perusahaan yang dialokasikan ke persediaan. Ini menggambarkan tingkat investasi perusahaan dalam persediaan sebagai bagian dari total asetnya. Persediaan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan operasional dan menjaga kelangsungan produksi atau penjualan dalam jangka waktu tertentu. Namun, perusahaan yang memiliki investasi besar dalam persediaan rentan terhadap berbagai risiko, seperti kerusakan barang, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian finansial. Untuk mengatasi potensi kerugian akibat penurunan nilai persediaan, perusahaan biasanya menyiapkan dana cadangan. Meski demikian, jika cadangan ini tidak dikategorikan sebagai biaya yang bisa dikurangkan dari pajak, hal ini dapat meningkatkan beban pajak perusahaan. Kondisi ini mungkin mendorong perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak, yang bisa mengarah pada tingkat agresivitas pajak yang lebih tinggi.

Deferred Tax Expense

Beban pajak ditangguhkan adalah gabungan dari pajak saat ini dan pajak tangguhan (manfaat). Pajak tangguhan mencerminkan pengaruh dari perbedaan temporer yang memengaruhi jumlah pajak yang dapat dipulihkan atau pajak penghasilan yang harus dibayar pada periode mendatang, yang bisa berdampak negatif terhadap biaya pajak tangguhan. Pajak tangguhan sendiri timbul dari perbedaan temporer antara laba akuntansi, yaitu laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan kepada pemangku kepentingan, dan laba kena pajak yang menjadi dasar penghitungan kewajiban pajak. Pajak penghasilan yang dapat dipulihkan di tahun-tahun mendatang akibat perbedaan temporer yang dapat diamortisasi, akumulasi kerugian pajak yang belum diimbangi, serta kredit pajak yang tidak digunakan karena dibatasi oleh ketentuan pajak, disebut sebagai pajak tangguhan.

Advertising Intensity

Pengeluaran iklan mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi dengan tujuan menarik perhatian konsumen. Pengeluaran ini merupakan strategi yang diadopsi perusahaan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Biaya iklan yang signifikan berpotensi mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan (Novitasari & Suharni, 2019). Perusahaan dapat menerapkan berbagai strategi atau inisiatif untuk melakukan tindakan agresivitas pajak, salah satunya dengan meningkatkan beban kerja iklan dan skala persediaan. Beban kerja iklan berkaitan dengan pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan untuk

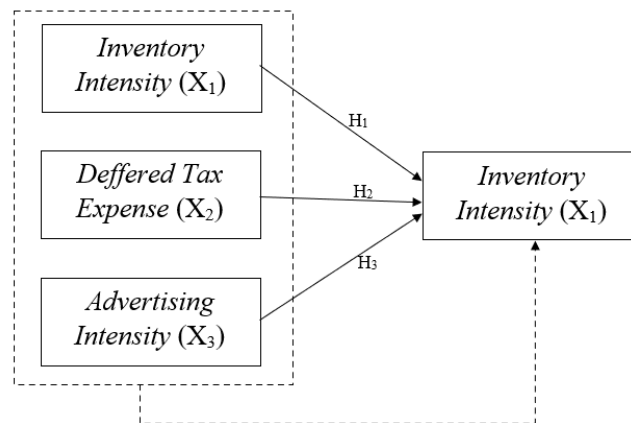
mempromosikan dan menjual produk melalui berbagai saluran, termasuk televisi. Melalui pemanfaatan televisi sebagai media, pesan iklan dapat tersampaikan kepada konsumen dengan luas. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media iklan, beban yang ditanggung perusahaan pun meningkat, yang pada akhirnya dapat menyebabkan penurunan laba dan mengurangi kewajiban pajak perusahaan.

Agresivitas Pajak

Pengenaan pajak adalah hal penting bagi perusahaan karena dapat mengurangi pendapatan mereka. Sebagai akibatnya, perusahaan sering kali menerapkan strategi pajak untuk mengelola atau mengurangi beban pajak yang besar, yang dikenal sebagai agresivitas pajak (Naidhifa, 2023). *Tax avoidance* adalah strategi yang disengaja untuk menghindari kewajiban pajak melalui penafsiran undang-undang yang mungkin tidak sesuai dengan maksud pemerintah, sementara *tax evasion* adalah tindakan untuk mengurangi pembayaran pajak dengan cara mengurangi pendapatan kena pajak. Menurut Cristina (2022), agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak dalam perencanaan fiskal perusahaan, dan Utami dkk. (2022) menyatakan bahwa ini mencakup manipulasi yang bertujuan menurunkan pendapatan melalui perencanaan pajak. Meskipun legal, tindakan ini bisa merugikan pemerintah karena menurunkan pendapatan negara.

MODEL PENELITIAN

Berdasarkan kajian literature diatas, maka model penelitian yaitu sebagai berikut :



Gambar Model Penelitian

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu:

H1 : *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas pajak

H2 : *Deffered tax expense* berpengaruh terhadap Agresivitas pajak

H3 : *Advertising Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas pajak

H4 : *Inventory Intensity*, *Deffered tax expense* dan *Advertising Intensity* secara simultan berpengaruh terhadap Agresivitas pajak

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen

penelitian dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, metode deskriptif juga digunakan untuk memahami karakteristik variabel secara mandiri tanpa membandingkannya dengan variabel lain (Sugiyono, 2022). Data yang digunakan adalah data sekunder, berupa laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2023. Penggunaan data ini memastikan validitas hasil yang diperoleh. Selain itu, pengumpulan data juga melibatkan penelaahan jurnal ilmiah, buku, dan literatur relevan lainnya yang berfungsi sebagai sumber utama dalam membentuk kerangka teori serta referensi penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan SPSS 25 untuk menganalisis data karena variabel endogen dan eksogen diukur dengan lebih dari satu indikator. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Data yang digunakan merupakan data panel, yaitu kombinasi dari data *time series* dan *cross section* yang diukur pada waktu yang berbeda namun dengan unit *cross section* yang sama. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, dilakukan uji analisis deskriptif, dan untuk uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan uji f untuk mengukur pengaruh secara simultan serta uji *R-Square* untuk menilai besarnya pengaruh antar variabel.

Operasional variabel

Variabel	Indikator
Agresivitas Pajak (Y)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$ (Salsabila & Kurnia, 2023)
Inventory Intensity (X1)	$\text{Inventory Intensity} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Total Aset}}$ (Susanti & Satyawan, 2020)
Deffered Tax Expense (X2)	$DTE = \frac{\text{Beban Pajak Tangguhan}}{\text{Total Aset } t - 1}$ (Margaretha et al., 2021)
Advertising Intensity (X3)	$\text{Adv Intensity} = \frac{\text{Total Beban Iklan}}{\text{Total Penjualan}}$ (Ananda & Mulyani, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif

Tabel Analisis deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INV	61	.0804	.4562	.219939	.0863562
DTE	61	-.0095	.0201	.000866	.0049729
ADV	61	.0005	.2286	.083238	.0595771
ETR	61	.0237	.7215	.278751	.1848313
Valid N (listwise)	61				

Dari tabel diatas dapat digambarkan dari distribusi yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

Variabel *inventory intensity* (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0.0804 dan nilai maksimum sebesar 0.4562. Rata-rata dari 61 sampel adalah 0.2199 dengan standar deviasi sebesar 0.0864, menunjukkan variasi yang relatif kecil dalam kesempatan pertumbuhan di sampel yang dianalisis. Variabel *deferred tax expense* (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar -0.0095 dan nilai maksimum sebesar 0.0201. Rata-rata dari 61 sampel adalah 0.0009 dengan standar deviasi sebesar 0.0050, yang mengindikasikan adanya variasi yang sangat kecil dalam tingkat kepemilikan manajerial di sampel. Variabel *advertising intensity* (X3) memiliki nilai minimum sebesar 0.0005 dan nilai maksimum sebesar 0.2286. Rata-rata dari 61 sampel adalah 0.0832 dengan standar deviasi sebesar 0.0596, menunjukkan adanya variasi moderat dalam risiko litigasi yang dihadapi oleh perusahaan. Variabel ETR (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar 0.0237 dan nilai maksimum sebesar 0.7215. Rata-rata dari 61 sampel adalah 0.2788 dengan standar deviasi sebesar 0.1848, menggambarkan variasi yang signifikan dalam konservatisme akuntansi di sampel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji kenormalan distribusi variabel residual dalam model regresi. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan Kolmogorov-smirnov. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah jika signifikansi ≥ 0.05 maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi ≤ 0.05 maka data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Uji Normalitas		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-0.0385741
	Std. Deviation	0.19861672
Most Extreme Differences	Absolute	0.112
	Positive	0.092
	Negative	-0.112
Test Statistic		0.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil pengujian statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas menunjukkan besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov test statistic* adalah 0,112 dan signifikan pada 0,055, artinya bahwa nilai tersebut $\geq (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal dan memenuhi syarat uji normalitas. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen yaitu (X1) yang diprosikan *inventory intensity*, *deferred tax expense* (X2) *advertising intensity* (X3) berdistribusi normal terhadap variabel dependen agresivitas pajak (Y).

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Regresi yang baik tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari perhitungan *Tolerance* > 0.10 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tampak pada tabel berikut:

Tabel Uji Multikoleniaritas

Tabel Uji Multikolinearitas				
Coefficients ^a				
Model	Collinearity Statistics		Keterangan	
	Tolerance	VIF		
1 (Constant)				
INV	0.824	1.213	Tidak terjadi multikolinearitas	
DTE	0.977	1.024	Tidak terjadi multikolinearitas	
ADV	0.811	1.232	Tidak terjadi multikolinearitas	

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Dalam uji glejser data yang memenuhi probabilitas signifikansi diatas tingkat kepercayaan 5%. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser pada tabel berikut:

Tabel Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.311	0.060		5.177	0.000
INV	-0.611	0.199	-0.402	-3.070	0.103
DTE	5.542	3.174	0.210	1.746	0.086
ADV	-0.720	0.291	-0.327	-2.479	0.096

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa *Inventory Intensity* signifikansi dari semua variabel memiliki tingkat kepercayaan diatas 0,05 atau 5% yaitu variabel *Inventory Intensity* sebesar 0,103. *Deferred Tax Expense* sebesar 0,086. Dan *Advertising Intensity* sebesar 0,096. Hal ini disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu, pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk mengetahui apakah model regresi terdeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dengan melakukan *Run Test*. Hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan *Run Test* pada tabel sebagai berikut:

Tabel Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-44.03981
Cases < Test Value	30
Cases >= Test Value	31
Total Cases	61
Number of Runs	18
Z	-.518
Asymp. Sig. (2-tailed)	.342
a. Median	

Berdasarkan hasil uji Runs Test pada tabel diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,342 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi pada penelitian ini.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau pengaruh setiap masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apakah variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel dependennya atau tidak. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan ketentuan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	0.387	0.092		4.222	0.000
INV	-0.162	0.303	-0.076	-0.533	0.596
DTE	-0.440	0.839	-0.200	-0.538	0.013
ADV	-0.355	0.443	-0.114	-0.801	0.426

a. Dependent Variable: ETR

1. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi pada variabel *inventory intensity* sebesar 0,596 yang berarti lebih besar dari 0,05, artinya bahwa dapat disimpulkan *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sehingga hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini (H_1) ditolak.
2. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui Nilai signifikansi pada variabel *deferred tax expense* 0,013 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa dapat disimpulkan *deferred tax expense* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sehingga hipotesis yang kedua diajukan dalam penelitian ini (H_2) diterima.
3. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi pada variabel *advertising intensity* 0,426 yang berarti lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa dapat disimpulkan *advertising intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sehingga hipotesis yang ketiga diajukan dalam penelitian ini (H_3) ditolak.

Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen dalam model regresi dapat berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.115	3	.038	.728	.034 ^b
Residual	1.935	58	.034		
Total	2.050	61			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), ADVENT, DTE, INVENT

Berdasarkan tabel uji F dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 0,728 dengan Sig. 0,034. Karena nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,034 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa *inventory intensity*,

deferred tax expense dan *advertising intensity* secara simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel Koefisien Determinasi				
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.237 ^a	0.206	0.353	0.1842437
a. Predictors: (Constant), ADV, DTE, INV				
b. Dependent Variable: ETR				

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi maka dapat diketahui nilai *R square* sebesar 0.206. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *inventory intensity*, *deferred tax expense* dan *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak adalah 20% sedangkan sisanya sebesar 80% dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh *Inventory Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diketahui bahwa variabel *inventory intensity* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2023, nilai minimum sebesar 0.08 pada perusahaan PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul pada tahun 2020. Artinya, perusahaan memiliki total *inventory* yang rendah jika dibandingkan dengan total *inventory* yang dimiliki. Nilai maksimum sebesar 0.46 pada PT. Millenium Pharmacon Internasional pada tahun 2019. Artinya, perusahaan memiliki total *inventory* yang tinggi jika dibandingkan dengan total *inventory* yang dimiliki. Nilai rata rata sebesar 0.2199 nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai standar deviasi sebesar 0.086. hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan data pada variabel *inventory intensity* karena adanya penyebaran data yang artinya penyebaran data variabel *inventory intensity* sudah merata dan datanya bersifat homogen.

Hasil analisis pengujian hipotesis pertama ini menunjukkan variabel *inventory intensity* memiliki nilai signifikan sebesar 0.596. Hal tersebut menjelaskan bahwa nilai signifikansi diatas tingkat yang telah ditetapkan, yaitu 0.05 atau 5%. Dengan nilai 0.596 menunjukkan bahwa *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *inventory intensity* terhadap agresivitas pajak.

Inventory intensity yang merupakan bagian dari investasi bukan cara yang tepat untuk melakukan agresivitas pajak. *Inventory intensity* bukan pertanda baik bagi perencanaan pajak perusahaan. Hal ini dikarenakan perputaran persediaan suatu perusahaan berbeda-beda setiap tahunnya, dan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi perputaran persediaan suatu perusahaan di perusahaan mana pun, sehingga jumlah persediaan yang dimiliki suatu perusahaan

tidak menjadi faktor penentu besar kecilnya pajak yang dibayarkan perusahaan akibat agresivitas pajak. (Susanti & Satyawan, 2020).

Febrian (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa strategi menambah persediaan tidak menguntungkan bagi suatu perusahaan, dimana mempertahankan persediaan terlalu lama menyebabkan nilai persediaan menurun. Artinya perusahaan dengan intensitas persediaan yang tinggi tidak lebih agresif dalam melakukan pajak dan lebih besar kemungkinannya untuk membayar pajak. Penelitian ini tidak mendukung *theory agency* yang menyatakan bahwa manajer berusaha memaksimalkan biaya tambahan yang dikeluarkan perusahaan sedemikian rupa sehingga laba sebelum pajak tampak kecil sehingga mengurangi beban pajak yang dibayarkan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti & Satyawan (2020) dan Suprihatin & Mahardini (2023) yang menunjukkan *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Yang disebabkan karena perputaran persediaan berbagai perusahaan setiap tahun berbeda beda. Selain itu, pemanfaatan persediaan bertujuan utama untuk menambah nilai penjualan perusahaan.

Pengaruh *Deferred Tax Expense* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diketahui bahwa variabel *deffered tax expense* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2023 memiliki nilai minimum sebesar -0.0095 pada perusahaan PT. Pyridan Farma Tbk pada tahun 2021. Artinya, perusahaan memiliki beban pajak tangguhan terendah dari beberapa perusahaan yang terdapat pada perusahaan farmasi tahun 2020. Nilai maksimum sebesar 0.0201 pada perusahaan PT. Pyridam Farmasi Tbk pada tahun 2022. Artinya, perusahaan memiliki beban pajak tangguhan tertinggi dari beberapa perusahaan yang terdapat pada perusahaan farmasi tahun 2022. Nilai rata rata lebih besar 0.00086 nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai standar deviasi sebesar 0.0049. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan data pada variabel *deffered tax expense* karena adanya penyebaran data yang artinya penyebaran data variabel sudah merata dan datanya bersifat homogen.

Hasil analisis untuk pengujian hipotesis kedua mengungkapkan bahwa variabel beban pajak tangguhan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.013. Nilai ini berada di bawah ambang batas signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0.05 atau 5%. Selain itu, variabel beban pajak tangguhan memiliki koefisien sebesar -0.44, yang menunjukkan pengaruh negatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa beban pajak tangguhan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Damayanty (2021) menyatakan bahwa perusahaan dengan nilai beban pajak yang lebih tinggi cenderung menggunakan prinsip akuntansi yang lebih liberal, sehingga perusahaan tersebut lebih mungkin melakukan tindakan manajemen laba. PSAK No. 46 (2018) terkait pajak tangguhan tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan tidak akan melakukan tindakan manajemen laba. Beban pajak tangguhan sendiri muncul karena adanya perbedaan temporer antara hasil akuntansi tahunan dengan penghasilan kena pajak yang menjadi dasar perhitungan pajak. Perbedaan dalam penyusunan laporan keuangan antara laporan komersial dan fiskal mengindikasikan adanya kebutuhan untuk melakukan pengawasan langsung, dan perbedaan tersebut juga menunjukkan bahwa pengendalian dan pengawasan terhadap agen masih lemah. Hal ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa manajer (agen) mengelola laba dengan cara merencanakan besar perkiraan beban pajak yang harus mereka tanggung untuk meningkatkan atau menurunkan laba. Semakin besar beban pajak tangguhan, semakin rendah laba yang dilaporkan perusahaan, dan juga dapat menurunkan jumlah pajak yang terutang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Saibalai & Kurnia (2023), yang menyatakan bahwa beban pajak tangguhan memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi ETR.

Pengaruh *Advertising Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat diketahui bahwa variabel *advertising intensity* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2023 memiliki nilai minimum sebesar 0.0005 pada perusahaan PT. Millenium Pharmacon Internasional Tbk pada tahun 2022.

Artinya, perusahaan memiliki beban iklan terendah dari beberapa perusahaan yang terdapat pada perusahaan farmasi tahun 2022. Nilai maksimum sebesar 0.2286 pada perusahaan PT. Pyridam Farmasi Tbk pada tahun 2018. Artinya, perusahaan memiliki beban iklan tertinggi dari beberapa perusahaan yang terdapat pada perusahaan farmasi tahun 2018. Nilai rata rata 0.08323 nilai ini lebih besar jika dibandingkan dengan nilai standar deviasi sebesar 0.5957. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi penyimpangan data pada variabel *advertising intensity* karena adanya penyebaran data yang artinya penyebaran data variabel sudah merata dan datanya bersifat homogen.

Hasil analisis pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *advertising intensity* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.426. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0.05 atau 5%. Dengan nilai tersebut, tidak dapat dibuktikan adanya pengaruh signifikan *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *advertising intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sehingga dapat disimpulkan tidak ada hubungan antara keduanya.

Menurut Susanti & Setiawan (2020), *advertising intensity* yang tinggi justru menurunkan tingkat agresivitas pajak. Hal ini terjadi karena biaya iklan termasuk dalam kategori biaya yang dapat dikurangkan, sehingga perusahaan dapat mengurangi besaran pajaknya. Semakin tinggi intensitas iklan, semakin rendah pajak yang harus dibayar, yang pada akhirnya mengurangi agresivitas pajak. Jika perusahaan mampu mengurangi biaya-biaya dari penghasilan kena pajak, penerapan *advertising intensity* yang tinggi akan menguntungkan perusahaan karena dapat meningkatkan penjualan dan laba yang lebih besar. Temuan ini berbeda dengan *agency theory*, yang menyatakan bahwa manajemen berusaha meminimalkan beban pajak untuk meningkatkan laba sebelum pajak, sehingga pajak yang dibayarkan menjadi lebih sedikit.

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Abidin (2023), yang juga menyatakan bahwa *advertising intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Semakin besar intensitas iklan, laba perusahaan akan meningkat, menghasilkan pajak yang optimal, dan kecenderungan untuk melakukan agresivitas pajak akan menurun.

Pengaruh *Inventory Intensity*, *Deferred Tax Expense* dan *Advertising Intensity* Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F), variabel independen dalam penelitian ini, yaitu *inventory intensity* (X1), *deferred tax expense* (X2), dan *advertising intensity* (X3), secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak (Y) pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2023. Hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi uji statistik sebesar 0.034, yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan

bahwa variabel independen, yaitu *inventory intensity*, *deferred tax expense*, dan *advertising intensity*, berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak diterima.

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai R square sebesar 0.206. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *inventory intensity*, *deferred tax expense*, dan *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak adalah sebesar 20%, sedangkan sisanya 80% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh *inventory intensity*, *deferred tax expense* dan *advertising intensity* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2023. Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu *inventory intensity*, *deferred tax expense* dan *advertising intensity* sebagai variabel independen, sedangkan agresivitas pajak sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25. Data sampel yang digunakan sebanyak 9 perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2023.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dielaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini bahwa variabel *inventory intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini ditolak.
2. Hasil uji hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini bahwa variabel *deferred tax expense* berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil uji hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini bahwa variabel *advertising intensity* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini ditolak.
4. Hasil uji hipotesis keempat (H_4) dalam penelitian ini bahwa variabel *inventory intensity*, *deferred tax expense* dan *advertising intensity* berpengaruh secara simultan terhadap agresivitas pajak dan dapat disimpulkan bahwa hiotesis keempat (H_4) dalam penelitian ini diterima.

SARAN

Penelitian ini di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih berkualitas lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai beberapa hal, diantaranya :

1. Bagi Akademisi
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber literatur bagi penelitian selanjutnya dengan variabel sejenis yang akan diteliti pada periode selanjutnya.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengambilan keputusan bagi perusahaan dalam menganalisis kemampuan kinerja perusahaan dengan menggunakan variabel independen seperti *inventory intensity*, *deferred tax expense* dan *advertising intensity*.
3. Bagi Investor

Sebaiknya dalam pengambilan keputusan investasi untuk mengkaji terlebih dahulu bagaimana kinerja suatu perusahaan dan kepatuhan perusahaan dalam peraturan tentang perpajakan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperluas lingkup penelitian dapat dilakukan dengan menambah waktu atau periode penelitian, menambah sampel penelitian, menambah variabel independen seperti kepemilikan manajerial, profitabilitas dan lain sebagainya. Selain itu untuk pengukuran agresivitas pajak bisa menggunakan pengukuran yang lainnya yaitu seperti *Cash effective Tax Rates* (CETR) dan *Book Tax Difference* (BTD) atau menggunakan pengukuran lainnya sesuai dengan penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, J. (2023). Pengaruh Capital Intensity Dan Advertising In-Tensity Terhadap Agresivitas Pajak Dengan Firm Size Sebagai Variabel Moderasi. *Distribusi - Journal Of Management And Business*, 11(2), 197–206. <https://doi.org/10.29303/Distribusi.V11i2.393>
- Damayanty, P. (2021). *Pengaruh Deferred Tax Expense , Debt Covenant Dan Firm*. 1(2), 87–92.
- Demos, R. W., & Muid, D. (2020). Pengaruh Keberadaan Anggota Dewan Wanita Terhadap Agresivitas Pajak. *Diponogoro Journal Of Accounting*, 9(1), 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Febrian, F., Yulia Syafitri, & Andre Bustari. (2023). Pengaruh Inventory Intensity, Capital Intensity, Asset Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 1(3), 257–268. <https://doi.org/10.31933/Epja.V1i3.913>
- Hidayat, A. T., & Fitria, E. F. (2018). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 157–168. <https://doi.org/10.26533/Eksis.V13i2.289>
- Indriana, D., Ratnawati, J., & Dapit, I. (2023). *Tax Avoidance Dalam Pajak Internasional*. Cv. Eureka Media Aksara.
- Indriyani, S., Istiqomah, I., Wijaya, C., Shaleh, W., Sari, R., Yanti, E., & Utami, C. K. (2022). *Pengaruh Advertising Intensity Terhadap Agresivitas Pajak*. 1(2), 82–88.
- Kariimah, M., & Septiowati, R. (2019). Pengaruh Manajemen Laba Dan Rasio Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jabi (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 2(1), 17–38. <https://doi.org/10.32493/Jabi.V2i1.Y2019.P17-38>
- Margaretha, A., Susanti, M., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Deferred Tax, Capital Intensity Dan Return On Asset Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 13, 160–172. <https://doi.org/10.28932/Jam.V13i1.3537>
- Novitasari, M., & Suharni, S. (2019). Implikasi Indikator Keuangan Terhadap Tax Avoidance. *Afre (Accounting And Financial Review)*, 2(1), 16–23. <https://doi.org/10.26905/Afr.V2i1.3177>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2 Ed.). Alfabeta.
- Suprihatin, N. S., & Mahardini, N. Y. (2023). Pengaruh Related Party Transaction, Inventory Intensity Dan Kepemilikan Mayoritas Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*,

- 1(2), 114–124. <https://doi.org/10.37058/Jak.V1i2.6721>
- Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(1), 1–8.