

## Pengaruh *Inventory Intensity* dan *Sales Growth* Terhadap *Tax Aggressiveness* Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Febby Sandra<sup>1\*</sup>, I Ketut Wenten<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

\* E-mail Korespondensi: febbysandra97@gmail.com

### Information Article

*History Article*

*Submission: 12-07-2024*

*Revision: 23-09-2024*

*Published: 23-09-2024*

### DOI Article:

*10.24905/permana.v16i2.406*

### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *inventory intensity* dan *sales growth* terhadap *tax aggressiveness* yang dimoderasi dengan ukuran perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan perusahaan yang terdaftar pada sektor *Healthcare* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama rentang waktu 2018 hingga 2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 sampel perusahaan *Healthcare* yang diperoleh menggunakan teknik pemilihan sampel *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan terbuka yang di *publish* pada laman Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan metode regresi data panel sebagai metodologi penelitian yang dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak E-Views 12 *Student Version Lite*. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory Intensity* dan *Sales Growth* berpengaruh secara simultan terhadap *Tax Aggressiveness*, *Inventory Intensity* secara parsial berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*, *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness*, Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *Inventory Intensity* terhadap *Tax Aggressiveness*, serta Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *Sales Growth* terhadap *Tax Aggressiveness*.

**Kata Kunci:** *Tax Aggressiveness*, *Inventory Intensity*, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan

### A B S T R A C T

*This study aims to test and analyze the influence of inventory intensity and sales growth on tax aggressiveness moderated by the size of change. The analysis was carried out using the financial statements of companies listed in the Healthcare sector on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period from 2018 to 2022. The samples used in this study were 7 samples of Healthcare companies obtained using the purposive sampling selection technique. The data used is confidential data in the form of financial statements*

### Acknowledgment

---

*of public companies published on the Indonesia Stock Exchange (IDX) website. This study uses the panel data regression method as a research methodology that is carried out with the help of E-Views 12 Student Version Lite software. The results of the study show that Inventory Intensity and Sales Growth have a simultaneous effect on Tax Aggressiveness, Inventory Intensity partially affects. This study uses the panel data regression method as a research methodology conducted with the help of E-Views 12 Student Version Lite software. The results of the study show that Inventory Intensity and Sales Growth have a simultaneous effect on Tax Aggressiveness, Inventory Intensity partially affects Tax Aggressiveness, Sales Growth partially has no effect on Tax Aggressiveness, Company Size is not able to moderate the influence of Inventory Intensity on Tax Aggressiveness, and Company Size is not able to moderate the influence of Sales Growth on Tax Aggressiveness.*

**Key word:** *Tax Aggressiveness, Inventory Intensity, Sales Growth, Company Size*

---

© 2024 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

## PENDAHULUAN

Pajak adalah suatu pembayaran wajib yang dapat dipungut oleh masyarakat sebagai pembayar pajak untuk keperluan nasional yang diatur dengan undang-undang dan digunakan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan kepentingan negara dan kesejahteraan rakyat. Pajak dipungut didasarkan pada (dengan kekuatan) peraturan perundang-undangan serta aturan pelaksanaannya. Ciri terpenting pajak adalah bersifat wajib dan ditujukan untuk pengeluaran publik dan sumber pendapatan nasional. Indonesia mempunyai sistem pemungutan pajak dimana warga negara sebagai wajib pajak diberikan kewenangan oleh negara untuk menghitung sendiri pajaknya dan melaporkannya kepada negara atau disebut dengan sistem *self-assessment*. Peran aktif dan kesadaran diri masyarakat selaku wajib pajak dalam menunaikan kewajibannya secara benar sangat diperlukan, terutama sehubungan dengan pemberlakuan sistem *self-assessment*. Namun walaupun demikian, tidak dapat diragukan lagi bahwa masih terdapat perlawanan dari masyarakat selaku pembayar pajak. Perlawanan terhadap pajak dapat berupa tindakan pajak agresif berupa *tax avoidance* yaitu penghindaran diri dari pajak dengan memanfaatkan celah dalam undang-undang maupun dengan melakukan *tax evasion* yaitu penggelapan pajak cara yang melanggar peraturan atau ilegal. Tujuan perusahaan menerapkan perpajakan agresif adalah untuk mengurangi pembayaran

pajak yang dibayarkan perusahaan kepada negara, sehingga laba meningkat dan pertumbuhan perusahaan semakin cepat seiring berjalannya waktu. Beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan tindakan *tax aggressiveness* adalah *inventory intensity*, *sales growth* dan ukuran perusahaan.

**Tabel 1. Perkembangan Rata-Rata Rasio Perusahaan *Healthcare* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022 (dalam desimal)**

Keterangan	<i>Tax Aggressiveness</i> (Y)	<i>Inventory Intensity</i> (X1)	<i>Sales Growth</i> (X2)	Ukuran Perusahaan (Z)
2018	0,25	0,16	0,10	28,68
2019	0,46	0,17	0,08	28,72
2020	0,28	0,15	0,09	28,81
2021	0,27	0,14	0,30	28,98
2022	0,30	0,18	-0,01	29,08

Sumber: Output Eviews12

Berdasarkan tabel 1, variabel *tax aggressiveness* mengalami ketidakstabilan dalam kurun waktu 2018 hingga 2022. Variabel ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan di tahun 2019 yaitu sebesar 86% namun mengalami penurunan sebesar 40% di tahun selanjutnya. *Inventory Intensity* di tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 5% dari tahun sebelumnya namun menurun 9% di tahun selanjutnya. Nilai *sales growth* juga cenderung fluktuatif dimana pada tahun 2019 menurun sebanyak 21% dari tahun sebelumnya namun mengalami kenaikan di tahun 2020 sebanyak 18%. Sedangkan pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan angka yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Ketidakstabilan variabel-variabel yang dialami sektor tersebut tentunya disebabkan oleh faktor tertentu.

Hasil dari perhitungan nilai rata-rata variabel *inventory intensity* jika dikaitkan dengan variabel *tax aggressiveness* menunjukkan bahwa apabila *inventory intensity* meningkat maka *tax aggressiveness* juga meningkat, begitupun sebaliknya apabila *inventory intensity* mengalami penurunan maka *tax aggressiveness* juga menurun. Untuk variabel *sales growth* jika dikaitkan dengan *tax aggressiveness*, apabila *sales growth* meningkat maka *tax aggressiveness* justru menurun sebaliknya juga apabila *sales growth* menurun maka *tax aggressiveness* akan meningkat.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode rumusan masalah asosiatif. Objek penelitian yang digunakan adalah *Inventory Intensity* ( $X_1$ ) dan *Sales Growth* ( $X_2$ ) sebagai variabel independen, *Tax Aggressiveness* ( $Y$ ) sebagai variabel dependen dan Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan yang dicatat resmi laman Bursa Efek Indonesia yaitu <http://www.idx.co.id>. Populasi dari penelitian ini merupakan perusahaan sektor *health-care*. Setelah itu dilakukan sampling, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2022: 81). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*.

Metode pengujian yang digunakan ialah uji data panel yang dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* Eviews 12. Terdapat 3 jenis model regresi data panel yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Untuk menentukan model manakah yang paling cocok digunakan dalam penelitian ini dilakukan beberapa pengujian yaitu uji chow, uji hausman, dan uji lagrange-multipliers.

## HASIL

### Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	Y	C	X1	X2	Z
Mean	0.308863	1.000000	0.158814	0.111618	28.85391
Median	0.229941	1.000000	0.167979	0.076360	28.73068
Maximum	2.371462	1.000000	0.359967	1.273016	30.93576
Minimum	0.014477	1.000000	0.007823	-0.253727	25.95468
Std. Dev.	0.337031	0.000000	0.094610	0.234771	1.262811
Skewness	5.018108	NA	-0.023862	2.671928	-0.235163
Kurtosis	29.96775	NA	2.513203	13.70875	2.618013
Jarque-Bera	1724.970	NA	0.498435	298.4044	0.764836
Probability	0.000000	NA	0.779411	0.000000	0.682210
Sum	15.44316	50.00000	7.940722	5.580915	1442.696
Sum Sq. Dev.	5.565904	0.000000	0.438602	2.700755	78.13995
Observations	50	50	50	50	50

Sumber: Output Eviews12

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dalam penelitian ini, didapatkan hasil yaitu:

1. Nilai dari simpangan baku (standar deviasi) *tax aggressiveness* ialah 0,337031 sedangkan nilai rata-rata (mean) ialah 0,308863. Artinya penyimpangan yang terjadi pada data tergolong tinggi.
2. *Inventory intensity* memiliki nilai rata-rata (mean) pada sebesar 0,158814 sedangkan nilai simpangan baku (standar deviasi) yaitu sebesar 0,094610. Hasil tersebut mengin-

dikasikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari pada nilai standar deviasi yang berarti penyimpangan data pada variabel *inventory intensity* rendah.

3. *Sales growth* dengan nilai rata-rata pada variabel ini yaitu 0,111618 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) ialah 0,234771. Hal tersebut mengindikasikan nilai rata-rata lebih kecil dari nilai standar deviasi yang artinya ialah penyimpangan yang terjadi pada data variabel *sales growth* tinggi karena penyebaran datanya yang tidak merata.
4. Ukuran perusahaan dengan nilai rata-rata (mean) pada variabel yaitu sebesar 28,85391 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) yaitu sebesar 1,262811. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nilai mean (rata-rata) lebih besar daripada nilai standar deviasi yang menunjukkan bahwa penyimpangan data yang terjadi pada variabel ukuran perusahaan rendah

### Penentuan Model Regresi Data Panel

**Tabel 3. Hasil dari Pemilihan Model Regresi Data Panel**

No	Metode Pemilihan Regresi Data Panel	Nilai Signifikansi	Menguji Model	Hasil dari Uji Model
1	Uji <i>Chow</i>	CEM => 0,05 FEM =< 0,05	CEM vs FEM	FEM
2	Uji <i>Hausman</i>	REM => 0,05 FEM =< 0,05	FEM vs REM	REM
3	Uji <i>Lagrange Multipliers</i>	CEM => 0,05 REM =< 0,05	CEM vs REM	CEM

Sumber: Output Eviews12

Data yang ditunjukkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa setelah melakukan 3 uji sekaligus ditetapkan bahwa *Common Effect Model* (CEM) merupakan model regresi data panel yang paling tepat digunakan dalam penelitian.

### Uji Normalitas

Nilai Probability *Jarque-Bera* (JB) ialah 0,248955 atau  $0,248955 > 0,05$  artinya pada penelitian ini data tersebar secara normal disebabkan karena nilai probability *Jarque-Bera* lebih tinggi dari nilai signifikansi atau  $> 0,05$  oleh karena itu syarat dalam uji normalitas terpenuhi sehingga dapat diteruskan ke tahap uji-uji berikutnya.

### Uji Multikolinearitas

Nilai koefisiensi korelasi oleh masing-masing variabel independen ialah X1 sebesar -0,029558, nilai X2 sebesar -0,125304, dan nilai Z sebesar -0,149548 tidak menunjukkan kore-

lasi yang lebih besar dari 0,80 yang berarti tidak adanya gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk melakukan uji heteroskedastisitas adalah metode Uji Glejser. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai prob. *Chi-Square* ialah 0,3531 atau > dari nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

### Uji Autokorelasi

Nilai DW sebesar 1,113522 dimana nilai dL 1,2833 dan nilai dU 1,6528 untuk tingkat signifikansi 5%. Nilai DW berada di bawah nilai dL ( $1,113522 < 1,2833$ ) sehingga terdapat gejala autokorelasi positif yang ada pada penelitian ini. Terdapat beberapa cara yang dilakukan dalam menyembuhkan gejala autokorelasi salah satunya adalah dengan menggunakan metode diferensi tingkat pertama (Winarno, 2017: 5.36). Menurut perhitungan uji autokorelasi menunjukkan nilai DW (*Durbin-Watson Stat*) setelah penyembuhan adalah sebesar 1,724752. Masing-masing nilai dL dan dU untuk tingkat signifikansi 5% serta dengan menggunakan jumlah data (N) sebanyak 35 dan K sebesar 3 ialah nilai dL 1,2833 dan nilai dU ialah 1,6528. Nilai DW sebesar 1,724752 terletak antara nilai *upper-bound* (dU) dan  $4-dU$  ( $1,6528 < 1,724752 < 2,3472$ ) sehingga menunjukkan bahwa sudah tidak adanya tanda autokorelasi pada penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Data Panel

**Tabel 4. Hasil Analisis Linier Data Panel**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	61.45309	13.87734	4.428304	0.0001
X1	0.220313	0.046291	4.759326	0.0000
X2	0.032543	0.033101	0.983121	0.3332
Z	-1.420649	0.471917	-3.010376	0.0052

Sumber: Output Eviews12

Persamaan regresinya ialah  $Y = 61,45309 + 0,220313X_1 + 0,032543X_2 - 1,420649Z + e$ . Penjelasan dari persamaan regresi tersebut jika yang diinterpretasikan ialah nilai koefisien variabel independen yang berdampak secara signifikan yaitu nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 ialah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ialah 61,45309 sehingga dapat ditarik kesimpulan apabila variabel independen *inventory intensity* dan *sales growth* serta variabel moderasi ukuran perusahaan memiliki nilai 0, maka besarnya nilai variabel dependen (Y) yaitu *tax aggressiveness* sebesar 61,45309.
2. Nilai koefisien regresi variabel *inventory intensity* sejumlah 0,220313 mendefinisikan apabila terjadi kenaikan pada *inventory intensity* sebanyak 1 satuan maka akan menambah *tax aggressiveness* sebanyak 0,2200313 satuan dengan anggapan variabel independen yang lain yang nilainya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel *sales growth* sebesar 0,032543 mendefinisikan apabila terjadi kenaikan pada *sales growth* sebanyak 1 satuan maka akan menambah *tax aggressiveness* sebanyak 0,032543 satuan dengan anggapan variabel independen yang lain yang nilainya tetap.
4. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan ialah sebesar  $-1,420649$  memiliki arti apabila terjadi pertambahan ukuran perusahaan sebanyak 1 satuan maka akan menyusutkan *tax aggressiveness* sebesar 1,420649.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut hasil yang perhitungan nilai *Adjusted R-Squared* pada penelitian ini ialah 0,511143. Besarnya nilai yang ditampilkan tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *inventory intensity* dan *sales growth* serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y) yaitu *tax aggressiveness* sebanyak 51% sedangkan sisa presentase nilai *Adjusted R-squared* yaitu 49% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

### Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

Prob(F-statistic)	0.000013
-------------------	----------

Sumber: Output Eviews12

**H<sub>1</sub>: Diduga *inventory intensity* dan *sales growth* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*.**

Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji F) yang ditunjukkan oleh tabel 5 diatas dapat diamati nilai prob (*F-Statistic*) dalam penelitian ini ialah sejumlah 0,000013 yang berarti tersebut lebih rendah daripada tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000013 < 0,05$ ) sehingga disimpul-

262

kan H0 ditolak dan H1 diterima sehingga *Inventory Intensity* (X1) dan *Sales Growth* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness* (Y).

### Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	61.45309	13.87734	4.428304	0.0001
X1	0.220313	0.046291	4.759326	0.0000
X2	0.032543	0.033101	0.983121	0.3332
Z	-1.420649	0.471917	-3.010376	0.0052

### H2 : Diduga *inventory intensity* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*

Berdasarkan nilai t hitung variabel *inventory intensity* (X1) pada tabel 6 sebesar 4,759326 dimana nilai t tabel adalah sebesar 1,69389 (t hitung > t tabel) dan nilai prob. lebih rendah daripada tingkat signifikansi ( $0,0000 < 0,05$ ) maka artinya Ha diterima dan Ho ditolak sehingga variabel *inventory intensity* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap *tax aggressiveness* (Y).

### H3 : Diduga *sales growth* berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*

Berdasarkan nilai uji t yang diperlihatkan tabel 4.18 dapat dianalisa bahwa nilai t hitung variabel *sales growth* (X2) ialah sebesar 0,983121 lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai t tabel 1,69389 (t hitung < t tabel) dan nilai prob. sebesar 0,3332 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,3332 > 0,05$ ) sehingga dapat ditarik kesimpulan Ho diterima dan Ha ditolak atau dapat dikatakan bahwa *sales growth* (X2) secara pasrial tidak berpengaruh terhadap *tax aggressiveness* (Y).

### Uji MRA

**Tabel 7. Hasil Uji MRA 1**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	46.73957	41.30478	1.131578	0.2665
X1	1.036302	1.894567	0.546986	0.5883
Z	-0.899440	1.428248	-0.629751	0.5335
X1__Z	-0.028523	0.066023	-0.432014	0.6687

Sumber: Output Eviews12

### H4 : Diduga ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *inventory intensity* terhadap *tax aggressiveness*



Menurut hasil pengujian MRA pada moderasi 1 yang terlihat dalam tabel 4.22 dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil perkalian antara *sales growth* (X1) dan ukuran perusahaan (Z) menunjukkan nilai prob. sebesar 0,6687 yang lebih tinggi daripada nilai signifikansi 0,05 ( $0,6687 > 0,05$ ). Dengan nilai t hitung sebesar -0,432014 dan nilai t tabel sebesar 1,69389 (t hitung < t tabel), sehingga dapat dikatakan bahwa H4 ditolak sehingga variabel ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *inventory intensity* terhadap *tax aggressiveness*.

**Tabel 8. Hasil Uji MRA 2**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	61.23675	22.58628	2.711236	0.0108
X2	1.564547	1.613811	0.969474	0.3398
Z	-1.293750	0.782374	-1.653621	0.1083
X2__Z	-0.054475	0.057075	-0.954451	0.3472

**H5 : Diduga ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *sales growth* terhadap *tax aggressiveness*.**

Berdasarkan hasil uji MRA pada moderasi 2 yang ditunjukkan oleh tabel 4.23 tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hasil perkalian antara *inventory intensity* (X2) dan ukuran perusahaan (Z) menunjukkan nilai prob. sebesar 0,3472 yang lebih tinggi daripada nilai signifikansi 0,05 ( $0,3472 > 0,05$ ). Dengan nilai t hitung sebesar -0,954451 serta nilai t tabel ialah 1,69389 (t hitung < t tabel), maka dapat dikatakan bahwa H5 ditolak sehingga variabel ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *sales growth* terhadap *tax aggressiveness*.

## PEMBAHASAN

*Inventory Intensity* (X1) dan *Sales Growth* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness* (Y). Artinya apabila *inventory intensity* dan tingkat pertumbuhan *sales growth* pada suatu perusahaan meningkat akan menyebabkan tindakan *tax aggressiveness* perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Jika perusahaan memiliki tingkat persediaan yang banyak maka hal tersebut juga mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Perusahaan yang terus mengalami peningkatan akan memperoleh perhatian lebih bagi fiskus selaku pemungut pajak, sehingga perusahaan lebih cenderung untuk patuh terhadap pembayaran pajak dan tidak melakukan tindakan pajak yang agresif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana dkk (2022) yang menyatakan *inventory intensity*

berpengaruh terhadap agresivitas pajak juga penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dkk (2020) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

*Inventory intensity* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap *tax aggressiveness* (Y). Dengan meningkatnya biaya persediaan maka perusahaan akan condong melaksanakan perbuatan pajak yang agresif (*tax aggressiveness*) untuk menekan beban pajaknya. Hal tersebut juga searah dengan analisis yang telah dilaksanakan oleh Maulana dkk., (2022) yang memaparkan bahwa *inventory intensity* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. *Sales growth* tidak berpengaruh terhadap *tax aggressiveness*. Naik atau turunnya tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak akan mempengaruhi tindakan perusahaan untuk melaksanakan tindakan *tax aggressiveness*. Adapun hasil analisis ini juga sejalan dengan analisis yang dilaksanakan oleh Yustrianthe & Fatniasih (2021), Rista dkk., (2022), Tanjaya & Nazir (2021), Putty & Badjuri (2023) yang menyebutkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap tindakan pajak agresif.

Ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *inventory intensity* terhadap *tax aggressiveness*. Semakin besarnya ukuran sebuah perusahaan yang diukur dari neraca, maka perusahaan semakin waspada dalam pengambilan keputusan terlebih lagi jika keputusan tersebut yang berhubungan dalam hal perpajakan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat (memperlemah) hubungan antara *inventory intensity* dan *tax aggressiveness*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tanjaya & Nazir (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi penghindaran pajak. Variabel ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *sales growth* terhadap *tax aggressiveness*. Alasan berkembangnya perusahaan adalah pertumbuhan penjualan yang semakin cepat setiap tahunnya. Sebuah entitas yang berukuran besar cenderung mendapat perhatian ekstra dari pemerintah yang membuatnya akan mengalami kesulitan dalam melakukan *tax aggressiveness*. Oleh sebab itu ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat (memperlemah) hubungan *sales growth* terhadap *tax aggressiveness*. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putty & Badjuri (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pertumbuhan pendapatan terhadap penghindaran pajak.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian pada perusahaan manufaktur sektor *healthcare* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022, kesimpulannya adalah ***Inventory Intensity* (X1) dan *Sales Growth* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness* (Y)**. Artinya apabila *inventory intensity* dan tingkat pertumbuhan *sales growth* pada suatu perusahaan meningkat akan menyebabkan tindakan *tax aggressiveness* perusahaan juga akan mengalami peningkatan. ***Inventory Intensity* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness* (Y)**. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan berbanding lurus antara variabel *inventory intensity* dan variabel *tax aggressiveness*. Artinya jika *inventory intensity* meningkat maka tingkat *tax aggressiveness* suatu perusahaan juga akan meningkat begitupun sebaliknya apabila *inventory intensity* menurun maka tingkat *tax aggressiveness* suatu perusahaan juga akan menurun. ***Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Tax Aggressiveness***. Naik atau turunnya tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak akan mempengaruhi tindakan perusahaan untuk melaksanakan tindakan *tax aggressiveness*. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak serta merta mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan pajak agresif.

**Ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *inventory intensity* terhadap *tax aggressiveness***. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingginya persediaan yang dimiliki perusahaan yang otomatis menyebabkan ukuran perusahaan yang juga tinggi tidak dapat mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan tersebut. Semakin besarnya ukuran sebuah perusahaan yang diukur dari neraca, maka perusahaan semakin waspada dalam pengambilan keputusan terlebih lagi jika keputusan tersebut yang berhubungan dalam hal perpajakan. **Ukuran perusahaan (Z) tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh *sales growth* terhadap *tax aggressiveness***. Pertumbuhan penjualan yang besar biasanya terjadi pada perusahaan dengan pekerja yang lebih berkualitas. Perusahaan besar juga mempunyai sumber daya yang relatif lebih kompeten dan potensial. Alasan berkembangnya perusahaan adalah pertumbuhan penjualan yang semakin cepat setiap tahunnya. Sebuah entitas yang berukuran besar cenderung mendapat perhatian ekstra dari pemerintah yang membuatnya akan mengalami kesulitan dalam melakukan *tax aggressiveness*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allo, M. R., Alexander, S. W., & Suwetja, I. G. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018). *Jurnal EMBA*, 9(1), 647–657.
- Barli, H. (2018). Pengaruh Leverage dan Firm Size Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 6(2), 223. <https://doi.org/10.32493/jiaup.v6i2.1956>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10* (Vol. 3). Badab Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. Dalam *Journal of Financial Economics* (Vol. 3). Q North-Holland Publishing Company.
- Marfu'ah, L. (2015). Pengaruh Return on Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Maulana, T., Putri, A. A., & Marlina, E. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 17(1), 48–60.
- Pertiwi, S. D., & Purwasih, D. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap Terhadap Penghindaran Pajak dengan Pertumbuhan Penjualan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal REVENUE : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 477–487. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i2.177>
- Pemerintah Indonesia, (2021). Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Setneg No. 6736, Jakarta.
- Pemerintah Indonesia, (1995). Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Setneg No.3608, Jakarta.
- Putty, V. A. F., & Badjuri, A. (2023). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 1211–1227. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3134>
- Ramadhani, W. S., Triyanto, D. N., & Kurnia, K. (2020). Pengaruh Hedging, Financial Lease dan Sales Growth terhadap Agresivitas Pajak. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.30871/jaat.v5i1.1890>
- Rista, M., Utami, C. K., Ryad, A. M., Yunisa, R. R., & Farelia, H. (2022). Pengaruh Inventory Intensity, Capital Intensity, dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2(9), 1–12.

- Saifudin., & Yunanda, D. (2016). Determinasi Return On Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusi terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011 - 2014). *WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 6(2), 131–143.
- Satrianto, Alpon (2020). Pelatihan Pengolahan Data Moderated Regression Analysis (MRA) [Slide Powerpoint], Padang. <https://www.scribd.com/document/540432884/3-ALPON-SATRIANTO-PENGOLAHAN-DATA-MRA-1>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed., Vol. 29). Alfabeta.
- Syafrizal, S., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Intensitas Persediaan, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Perusahaan Pertambangan terdaftar IDX 2017-2021). *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 829–842. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.541>
- Tanjaya, C., & Nazir, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 189–208. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9260>
- Winarno, W.W. (2017). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN
- Yustrianthe, R. H., & Fatniasih, I. Y. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 364–382.