

**PENGARUH SALES GROWTH, INTENSITAS PERSEDIAAN,
DAN UKURAN PERUSAHAAN, TERHADAP MANAJEMEN
PAJAK**
(Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Non Cyclical subsektor
makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-
2022)

**Indira Dyvia Amanda¹, Meisy Triony Nur Azizah²,
Novellino Satrio Wicaksono³**

¹²³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang
Email: indiradyvia03@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research are to test the influence of Sales growth, Firm Size and Inventory Intensity against Tax Management. The independent variables used are Sales growth, Company Size and Inventory Intensity. The dependent variable used is Tax Management. This research is a type of quantitative research using secondary data. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. The method used is purposive sampling because this research has certain sample criteria that are adjusted to the research objectives. Based on the purposive sampling method, the number of samples of food and beverage companies in this study were 40 samples. In testing the hypothesis using multiple regression analysis with the help of the Eviews version 12 program. Based on the results of the F test, it can be seen that the Sales growth variables, company size and inventory intensity jointly affect tax management. Based on the results of the t test, it can be seen that the Sales Growth variable has no effect on Tax Management. Company Size variable has no effect on Tax Management. Inventory Intensity Variable influences Tax Management

Keywords: *Sales Growth, Company Size, Inventory Intensity and Tax Management*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Sales growth*, Ukuran Perusahaan dan Intensitas Persediaan terhadap Manajemen Pajak. Variabel independen yang digunakan adalah *Sales growth*, Ukuran Perusahaan dan Intensitas Persediaan. Variabel dependen yang digunakan adalah Manajemen Pajak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2022. Metode yang digunakan adalah purposive sampling karena penelitian ini memiliki kriteria sampel tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan metode purposive sampling jumlah sampel perusahaan manufaktur dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel. Dalam pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program Eviews versi 12. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui variabel *Sales*

growth, Intensitas Persediaan dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Manajemen Pajak.

Kata Kunci: Sales Growth, Intensitas Persediaan, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen Pajak

PENDAHULUAN

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang–Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapatkan timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Soemitro, 2021)

Berdasarkan yang dimuat pada laman berita utama Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tanggal 3 Mei 2024 bahwa dalam Konferensi Pers Realisasi APBN 2022 yang diselenggarakan secara daring pada Selasa (03/01), Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati mengatakan bahwa pendapatan negara APBN Tahun 2022 terealisasi Rp2.626,4 triliun atau 115,9% dari target berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2022 sebesar Rp2.266,2 triliun. Realisasi ini tumbuh 30,6% sejalan dengan pemulihan ekonomi yang semakin kuat dan terjaga serta dorongan harga komoditas yang relatif masih tinggi. Dari total realisasi pendapatan negara tersebut, realisasi penerimaan perpajakan mencapai Rp2.034,5 triliun atau 114% dari target Perpres 98/2022 sebesar Rp1.784 triliun, tumbuh 31,4% dari realisasi tahun 2021 sebesar Rp1.547,8 triliun. Realisasi penerimaan perpajakan ini didukung oleh penerimaan pajak dan kepabeanan dan cukai. Penerimaan pajak berhasil mencapai Rp1.717,8 triliun atau 115,6% berdasarkan target Perpres 98/2022, tumbuh 34,3% jauh melewati pertumbuhan pajak tahun 2021 sebesar 19,3%. Hal ini berarti kinerja pajak membaik ditunjukkan oleh realisasi yang melampaui target selama dua tahun berturut-turut. Sementara itu, penerimaan kepabeanan dan cukai juga memperlihatkan kinerja yang luar biasa. Setelah targetnya direvisi ke atas melalui Perpres 98/2022, kinerja penerimaan kepabeanan dan cukai masih tetap melampaui target dengan mengumpulkan Rp317,8 triliun atau 106,3% target, tumbuh 18%. “Jadi kita lihat, memang kinerja penerimaan negara pajak, bea dan cukai, sungguh luar biasa dua tahun berturut-turut. Pada saat ekonomi pulih, kita juga memulihkan seluruh penerimaan negara. Pada saat komoditas boom, kita juga melakukan pengumpulan penerimaan negara dari kenaikan komoditas. Ini kita gunakan untuk melindungi rakyat dan ekonomi,” ungkap Menkeu.

Ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak tahun 2022 telah dilakukan dengan baik. Namun, perusahaan harus membayar pajaknya kepada negara tanpa upaya untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayarkan karena pajak yang harus dibayarkan semakin besar karena semakin besar keuntungan perusahaan. Perusahaan menganggap pajak yang tinggi dapat mengurangi keuntungan mereka dan perlakuannya tetap dianggap sebagai beban atau biaya yang tidak dapat diterima.

Menurut IAI, Secara umum manajemen pajak didefinisikan sebagai suatu usaha menyeluruh yang dilakukan terus- menerus oleh Wajib Pajak agar semua hal yang berkaitan dengan urusan perpajakan dapat dikelola dengan baik, ekonomis, efektif dan efisien, sehingga dapat memberikan kontribusi maksimum bagi kelangsungan usaha Wajib Pajak tanpa mengorbankan kepentingan penerimaan

negara. Adapun tujuan akhir yang ingin dicapai dari manajemen pajak adalah optimalisasi dan/atau minimalisasi beban pajak yang dapat dicapai tidak hanya dengan melakukan suatu perencanaan yang matang, melainkan juga harus melewati tahap pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) yang baik dan terkendali.

Terdapat fenomena manajemen pajak di Indonesia, dari kompas.com Banyak wajib pajak yang masih menggunakan cara-cara curang seperti penghindaran pajak yang agresif atau bahkan ilegal yang dapat menimbulkan risiko pajak yang lebih tinggi serta berujung pada sengketa pajak yang memakan waktu proses cukup lama. Kasus yang pertama berasal dari news.unair.ac.id, PT. Adaro Energy Tbk. adalah sebuah Perusahaan Induk yang melakukan bisnis melalui perusahaan anak di sektor pertambangan dan jasa batu, Coaltrade services International Pte Ltd. Pada tahun 2019 PT Adaro Energy Tbk disinyalir melakukan praktik transfer pricing untuk menghindari kewajiban pajak dalam negeri sehingga memberi penghasilan yang lebih tinggi bagi pemegang saham perusahaan. Indikasi penyalahgunaan transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan teridentifikasi pada laporan keuangan yang mengandung transaksi tidak wajar (*non arm's length price*) yang dilakukan antara PT Adaro Energy Tbk dengan Coaltrade services International Pte Ltd, yang menunjukkan ketimpangan harga transfer bila dibandingkan dengan harga pasar batubara secara global yang diduga melakukan penghindaran pajak melalui harga transfer dengan anak usahanya di Singapura, sehingga dapat menghemat pajak sebesar US\$125 juta atau sekitar Rp1,75 triliun lebih rendah dari jumlah yang semestinya harus dibayarkan di Indonesia.

Dari fenomena diatas diketahui butuh waktu yang cukup lama untuk menyelesaikan sengketa pajak. Pertama, pemeriksaan, keberatan, banding, dan peninjauan kembali Karena itu, sangat penting bagi bisnis untuk memahami manajemen pajak agar mereka tidak terlibat dalam sengketa pajak dan harus membayar pajak yang terutang, yang tentu akan memakan waktu dan biaya yang besar. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi manajemen pajak, yaitu *Sales Growth*, Intensitas Persediaan, dan Ukuran Perusahaan.

Pertumbuhan penjualan atau Sales Growth adalah faktor penting dalam meningkatkan profit perusahaan. Pertumbuhan penjualan diukur melalui perbandingan penjualan tahun ini dengan tahun sebelumnya, dan semakin tinggi rasio pertumbuhan penjualan, semakin baik performa perusahaan. Naiknya penjualan dapat berdampak pada kenaikan laba dan mendorong pelaksanaan tax avoidance (Ariyani & Arif, 2023) Selain itu, peningkatan penjualan dapat membantu menjaga reputasi perusahaan dan mendukung pertumbuhan penjualan di masa mendatang. Rumus Sales Growth dapat dihitung dengan membandingkan perubahan jumlah penjualan dari waktu ke waktu (Dzulisa, 2020) Hasil penelitian (Ellytra & Suparyati, 2023) menjabarkan bahwasanya *Sales Growth* mempengaruhi manajemen pajak. Hasil yang tidak sama diperoleh dari penelitian (Fikri, 2024) yang menemukan bahwasanya *Sales Growth* terhadap manajemen pajak tidak ada pengaruhnya.

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Karena biaya-biaya yang mengikuti penjualan cenderung lebih besar, maka perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung

memilih kebijakan akuntansi yang mengurangi laba (Sidharta dkk., 2024) Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali, 2006) Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skalabesar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftiane & Handayani, 2011) ada tiga kategori ukuran perusahaan yaitu perusahaan besar (large size), perusahaan menengah (medium size) dan perusahaan kecil (small size).

Faktor selanjutnya adalah intensitas persediaan yang merupakan gambaran dari jumlah persediaan dalam waktu setahun digunakan oleh perusahaan untuk dijual Metode penilaian persediaan menurut ED PSAK 14 (Revisi 2008) menggunakan FIFO dan Average method yang juga dimuat dalam Pasal 10 ayat (6) UU No 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan dapat digunakan untuk melakukan manajemen pajak dengan memilih metode average sehingga beban pajak dapat ditekan tetapi laba perusahaan tetap stabil. Penelitian (Putri & Lautania, 2016), (Kurniawan, 2019) membuktikan bahwa intensitas persediaan memiliki pengaruh pada manajemen pajak. Dilain pihak, penelitian (Wijayanti & Muid, 2020), (Wijaya & Febrianti, 2017) dan (Wijaya & Febrianti, 2017) memperoleh hasil bahwa intensitas persediaan tidak memiliki pengaruh manajemen pajak.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka mini riset ini hendak meneliti lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Sales Growth*, Intensitas Persediaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan *Consumer Non Cyclical*s terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2022)”.

KERANGKA TEORITIS

Teori Agensi

Teori agensi merupakan teori yang berusaha untuk menerangkan tindakan atau aksi dari pihak-pihak yang terlibat adanya hubungan kontrak dalam merubah metode pengukuran akuntansi, khususnya yang dilakukan oleh pihak perusahaan atau manajemen (Kiswara, 1999: 5 dan Kelly, 1983: 183 dalam Abdurrahman dan Ludigdo, 2004: 249). Definisi tersebut menunjukkan adanya suatu kontradiksi dalam agency theory yang diakibatkan adanya konflik kepentingan antara pemilik (principal) dan manajer (agent). Dalam hal ini, prinsipal mendelegasikan pekerjaan sebagai agen kepada pihak lain untuk menyelesaikan tugasnya. Teori keagenan mengemukakan bahwa kondisi informasi yang tidak sempurna dan tidak pasti menimbulkan masalah keagenan yaitu pilihan yang merugikan dan ketidakpastian moral.

Manajemen Pajak

Manajemen pajak adalah bentuk upaya dalam melakukan penghematan pajak secara legal. Manajemen pajak sendiri merupakan bagian dari manajemen keuangan. Manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aset dengan beberapa tujuan secara

menyeluruh. Oleh karena itu, fungsi pembuatan keputusan manajemen keuangan dapat dibagi menjadi tiga, yaitu keputusan yang berkaitan dengan investasi, pendanaan, dan aset. Manajemen keuangan yang efisien membutuhkan suatu tujuan dan sasaran yang akan digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian atas efisiensi keputusan keuangan. Dengan demikian, tujuan manajemen pajak harus sejalan dengan tujuan manajemen keuangan, yaitu memperoleh likuiditas dan laba yang memadai (Suandy, 2017:7 Dalam (Azizah dkk., 2022)

Sales Growth

Menurut (Kesuma, 2009) juga menyatakan bahwa sales growth adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang kuat juga mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga semakin meningkat. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan mempengaruhi kemampuannya mempertahankan laba sekaligus menandai peluang di masa depan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan pertumbuhan pendapatan sehingga beban pajak meningkat. Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan,

Intensitas Persediaan

Intensitas persediaan adalah perusahaan berinvestasi dalam bentuk persediaan ke dalam perusahaan (Bowo 2018; Fahrani et al., 2018; Nugrahadi and Rinaldi 2021; Puspita et al., 2020; Sugeng et al., 2020; Syamsuddin 2019). Menurut pendapat Ann and Manurung (2019), Dwiyanti dan Jati (2019) dan Pratama dan Suryarini (2020) Intensitas persediaan menunjukkan seberapa banyak persediaan yang dimiliki perusahaan, tetapi semua itu tergantung pada cara pengelolaan manajemen persediaan dan aset lain yang menghasilkan laba. Labayang tinggiterbentuk dari efisiensi biaya pemeliharaan dan penyimpanan persediaan yang pada akhirnya jumlah beban perusahaan akan mengalami peningkatan sehingga akan dapat menurunkan laba perusahaan dengan menanggulangi laba saat ini ke periode mendatang dan beban pajak perusahaan yang dibayarkan tidak sebenarnya (Andhari & Sukartha, 2017). Intensitas persediaan merupakan aktivitas yang berkaitan dengan investasi persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Diandra & Hidayat, 2020). Menurut Luke (2016) menjelaskan bahwa variabel intensitas persediaan dapat menggambarkan seberapa banyaknya persediaan yang dimiliki oleh perusahaan terhadap total aset perusahaan tersebut. Intensitas persediaan dapat dihitung dengan menggunakan cara total persediaan yang ada di perusahaan dibandingkan dengan total aset perusahaan (Andhari & Sukartha, 2017).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan, dan dapat menggambarkan kegiatan operasional perusahaan dan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Semakin besar ukuran dari sebuah perusahaan, kecenderungan perusahaan membutuhkan dana juga akan lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil, hal ini membuat perusahaan yang besar cenderung menginginkan pendapatan yang besar (Setiawan & Agustina, 2018)

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh *Sales Growth*, Intensitas Persediaan, dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Manajemen Pajak

Manajemen pajak adalah merupakan suatu proses mengorganisasikan usaha wajib pajak sedemikian rupa sehingga hutang pajaknya baik pajak penghasilan maupun pajak-pajak lainnya berada dalam posisi seminimal mungkin, sepanjang hal ini dimungkinkan oleh ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku. *Sales Growth*, Intensitas Persediaan, dan Ukuran Perusahaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi manajemen pajak. Dengan adanya biaya yang dikeluarkan perusahaan terhadap faktor-faktor tersebut, maka dapat menurunkan beban pajak yang dikeluarkan perusahaan. Berdasarkan argumen tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, Intensitas Persediaan secara simultan berpengaruh terhadap Manajemen Pajak.

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Manajemen Pajak

Sales Growth pada dasarnya menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Oleh karenanya perkembangan tersebut bisa meningkat atau menurun (Honggo & Marlinah, 2019) Jika sales growth suatu perusahaan meningkat, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut bergerak ke arah yang lebih baik dalam kegiatan operasionalnya yang mengarah pada peningkatan laba perusahaan, akan tetapi dengan bertambahnya laba perusahaan akan menyebabkan kenaikan pada beban pajak yang diterima (Rivanda dkk., 2023); (Trisianto & Oktaviani, 2016) Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani dkk., 2017) yang menunjukkan bahwa sales growth mempengaruhi manajemen pajak, semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka semakin besar upaya perusahaan untuk mengurangi beban pajak. Pada penelitian yang dilakukan (Budiman & Setiyono, 2015) juga menemukan situasi yang sama, pertumbuhan penjualan menunjukkan evolusi tingkat penjualan dari tahun ke tahun, pertumbuhan yang lebih besar memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kemampuan operasional perusahaan.

H2: Diduga *Sales Growth* berpengaruh terhadap Manajemen Pajak

Pengaruh Intensitas Persediaan Terhadap Manajemen Pajak

Intensitas persediaan menggambarkan bagaimana perusahaan menginvestasikan kekayaan yang dimiliki pada persediaan (Darmadi, 2013) dalam (Christina & Wahyudi, 2022). Metode penilaian persediaan menurut ED PSAK 14 (Revisi 2008) menggunakan FIFO dan Average method yang juga dimuat dalam Pasal 10 ayat (6) UU No 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan dapat digunakan untuk melakukan manajemen pajak dengan memilih metode average sehingga beban pajak dapat ditekan tetapi laba perusahaan tetap stabil. Penelitian yang dilakukan oleh (Christanti Inviolita dkk., 2022) dan (Piani & Safii, 2022) menemukan bahwa intensitas persediaan berpengaruh terhadap manajemen pajak. Berdasarkan argumen tersebut, sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Diduga Intensitas Persediaan berpengaruh terhadap Manajemen Pajak

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak

Ukuran perusahaan merupakan parameter yang dipakai guna menilai dimensi relatif ukuran suatu perusahaan, yang diklasifikasikan menurut total aset, volume penjualan, serta nilai total kapitalisasinya. Faktanya perusahaan besar membayar pajak yang lebih rendah karena dapat memanfaatkan sumber daya yang lebih untuk perencanaan pajak yang baik dan melakukan lobi politik. (Derashid & Zhang, 2003) dalam (Panda & Nanda, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Regina, 2024) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen pajak. Berdasarkan argumen tersebut, sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Pajak

METODE RISET

Data dan Sampel

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, menurut Sujarweni (2015:13) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukurannya. Peneliti memakai data panel karena data yang peneliti angkat terdiri atas beberapa objek dalam beberapa periode waktu, sedangkan skala pengukuran pada penelitian ini ialah skala Rasio. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan yang dikumpulkan dari situs resmi masing-masing perusahaan dan mengakses website bursa efek indonesia (www.idx.co.id).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan subsector makanan dan minuman dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Sugiyono (2016:81) menjelaskan bahwa sampel sebagai bagian atau unit dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:85). Jumlah perusahaan yang digunakan sebanyak 23 perusahaan dengan jumlah tahun penelitian 3 tahun sehingga jumlah data terakhir yang digunakan sebanyak 40 sampel.

Variabel Penelitian dan Definisi

Definisi Operasional digunakan untuk menyampaikan acuan empiris adapun yang ditemukan akan gambaran secara tepat konsep yang akan diamati atau diukur pada penelitian ini. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 1
Operasional Variabel

No	Variabel	Rumus	Skala
1.	Manajemen Pajak (Y)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio
2.	Sales Growth (X ₁)	$\frac{\text{Net Sales } t - (\text{Net Sales } t - 1)}{\text{Net Sales } t - 1}$	Rasio

3.	Intensitas Persediaan (X ₂)	$INTPERS = \frac{Total\ Persediaan}{Total\ Aset}$	Rasio
4.	Ukuran Perusahaan (X ₃)	$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Aset$	Rasio

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2016:238) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dalam penelitian ini mencakup variable *sales growth* (X₁), intensitas persediaan (X₂) ukuran perusahaan (X₃) dan manajemen pajak (Y) ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.096141	0.204021	29.31004	0.221784
Median	0.099990	0.172589	29.06403	0.219512
Maximum	0.474684	0.739925	31.31608	0.525665
Minimum	-0.339485	0.005809	27.37466	0.008107
Std. Dev.	0.165985	0.172579	1.271797	0.073906
Skewness	0.004741	1.577352	0.081055	0.823241
Kurtosis	3.517551	5.152033	1.574985	10.89277
Jarque-Bera	0.435417	23.69802	3.342540	105.6360
Probability	0.804360	0.000007	0.188008	0.000000
Sum	3.749497	7.956809	1143.092	8.649581
Sum Sq. Dev.	1.046944	1.131770	61.46380	0.207562
Observations	39	39	39	39

Berdasarkan tabel 2 diperoleh sebanyak 39 data observasi yang berasal dari perkalian periode penelitian (3 tahun, yaitu dari tahun 2020 - 2022) dengan jumlah sampel sebanyak 13 perusahaan. Nilai Manajemen Pajak terendah dimiliki oleh PT Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 0,0081073 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Astra Agro Lestari pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 0,5256650. Rata-rata sebesar 0,221784 dan standar deviasi sebesar 0,073906.

Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel X₁ (*Sales Growth*) yang memiliki nilai *minimum* -0,339485 yaitu dari perusahaan PT Delta Djakarta Tbk pada tahun 2020, nilai *maximum* 0,474684 yaitu dari PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada tahun 2021 dengan nilai rata-rata sebesar 0,096141 serta standar deviasi 0,165985.

Untuk variabel X_2 (Intensitas Persediaan) memiliki nilai *minimum* 0,0058094 yaitu dari PT Tigaraksa Satria Tbk pada tahun 2022, nilai *maximum* 0,739925 yaitu dari perusahaan PT. Astra Agro Lestari Tbk pada tahun 2020 dengan nilai rata-rata sebesar 0,204021 serta standar deviasi 0,172579.

Untuk variabel X_3 (Ukuran Perusahaan memiliki nilai *minimum* 27,37466 yaitu dari perusahaan PT Sekar Laut Tbk pada tahun 2020, nilai *maximum* 31,31608 yaitu dari perusahaan PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk pada tahun 2022 dengan nilai rata-rata yang dimiliki sebesar 29,31004 serta standar deviasi 1,271797.

Pengujian Kelayakan Model Regresi Panel Uji Chow

Tabel 3
Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: Untitled
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.726531	(12,23)	0.1258
Cross-section Chi-square	25.048694	12	0.0146

Sumber: hasil output Eviews 12 (2024)

Hipotesis pengujian yang dilakukan menggunakan *Chow test*, yaitu:

H_0 : *Probability* > 0,05 : model mengikuti *Common Effect Model*

H_1 : *Probability* < 0,05 : model mengikuti *Fixed Effect Model*

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai *Probability* untuk *cross section f* sebesar 0,0146 < 0,005 sehingga hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya *fixed effect model* lebih tepat digunakan dari pada *common effect model* untuk mengestimasi data panel. Proses selanjutnya harus melalui Uji Hausman.

Uji Hausman

Tabel 4
Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
 Equation: Untitled
 Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.190312	3	0.0107

Hipotesis pengujian yang dilakukan menggunakan Hausman test, yaitu sebagai berikut:

H0 : Probability < 0,05 : model mengikuti *Fixed Effect Model*

H1 : Probability > 0,05 : model mengikuti *Random effect model*

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai Probability untuk *Cross-section random* sebesar $0,3662 > 0,005$ sehingga hasil uji menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, artinya *Random Effect Model* lebih tepat digunakan dari pada *Fixed Effect Model*. Proses selanjutnya harus melalui Uji *Lagrange Multiplier*.

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 5
Uji Lagrange Multiplier

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

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.427890 (0.5130)	1.179647 (0.2774)	1.607537 (0.2048)
Honda	0.654133 (0.2565)	-1.086115 (0.8613)	-0.305457 (0.6200)
King-Wu	0.654133 (0.2565)	-1.086115 (0.8613)	-0.758308 (0.7759)
Standardized Honda	1.174324 (0.1201)	-0.801542 (0.7886)	-3.378956 (0.9996)
Standardized King-Wu	1.174324 (0.1201)	-0.801542 (0.7886)	-3.296884 (0.9995)
Gourieroux, et al.	--	--	0.427890 (0.4584)

Sumber: hasil output Eviews 12 (2024)

Hipotesis pengujian yang dilakukan menggunakan Uji Lagrange Multiplier, yaitu sebagai berikut:

H0 : Probability > 0,05 : model mengikuti *Common Effect Model*

H1 : Probability < 0,05 : model mengikuti *Random effect model*

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai Probability untuk *Cross-section random* sebesar $0,5130 > 0,005$ sehingga hasil uji menunjukkan H0 diterima dan H1 ditolak, artinya *Common Effect Model* lebih tepat digunakan dari pada *Random Effect Model*.

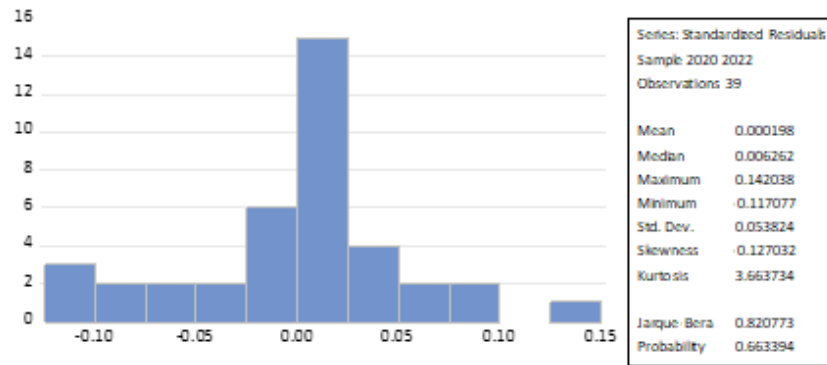
Berdasarkan hasil pemilihan Uji *Chow*, Uji *Hausman* serta Uji *Lagrange Multipliers* diperoleh bahwa uji *chow* menunjukan hasil estimasi data panel yang lebih baik yaitu *fixed effect model*, kemudian untuk uji *hausman* menunjukan hasil estimasi data panel yang lebih baik yaitu *random effect model*. Sedangkan untuk uji *lagrange multipliers* menunjukan hasil estimasi data panel yang lebih baik yaitu *common effect model*. Berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat disimpulkan data panel yang lebih baik digunakan lebih lanjut dalam penelitian ini yaitu *common effect model*.

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Tabel 6

Uji Normalitas



Berdasarkan tabel 6 menghasilkan nilai *Jarque-Bera* sebesar 0,820773 dan signifikan dengan memperlihatkan angka *probability* sebesar 0,663394 yang artinya lebih besar dari taraf signifikansi 5% ($0,663394 > 0,05$). Dengan demikian, ditarik kesimpulan bahwa residual berdistribusi dengan normal dan syarat asumsi normalitas telah terpenuhi oleh model regresi yang digunakan.

Uji Multikolinieritas

Tabel 7

Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.238169	0.153516
X2	0.238169	1.000000	0.354775
X3	0.153516	0.354775	1.000000

Berdasarkan tabel 7 menghasilkan bahwa variabel *sales growth* yang dikaitkan dengan variabel intensitas persediaan mempunyai nilai 0,238169 kurang dari 0,90. Sedangkan variabel *sales growth* memiliki nilai korelasi sebesar 0,153516 dengan ukuran perusahaan, artinya nilai berada di bawah 0,90. Selain itu korelasi antara variabel intensitas persediaan yang dikorelasikan dengan Ukuran Perusahaan bernilai 0,354775, kurang dari 0,90. Dengan demikian, dapat dikatakan nilai korelasi masing-masing variabel kurang dari 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat permasalahan multikolinieritas pada model regresi yang digunakan.

Uji Autokorelasi

Tabel 8

Uji Autokorelasi

R-squared	0.245671	Mean dependent var	0.221784
Adjusted R-squared	0.181014	S.D. dependent var	0.073906
S.E. of regression	0.066884	Akaike info criterion	-2.474808
Sum squared resid	0.156570	Schwarz criterion	-2.304186
Log likelihood	52.25875	Hannan-Quinn criter.	-2.413590
F-statistic	3.799611	Durbin-Watson stat	1.356830
Prob(F-statistic)	0.018537		

Tabel 8 menunjukkan nilai *Durbin-Watson stat* sebesar 1,356830 dimana nilai tersebut berada pada -2 s/d 2. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa model regresi tidak terdapat permasalahan autokorelasi

Uji Hipotesis

Tabel 9

Uji Hipotesis

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 06/16/24 Time: 20:37
 Sample: 2020 2022
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 13
 Total panel (balanced) observations: 39

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.028862	0.263639	0.109477	0.9134
Sales Growth	-0.005064	0.067499	-0.075017	0.9406
Intensitas Persediaan	0.196676	0.068614	2.866422	0.0070
Ukuran Perusahaan	0.005230	0.009151	0.571474	0.5713

Berdasarkan tabel 9 tersebut maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.028862 - 0,005064 X1 + 0.196676 X2 + 0.005230 X3$$

Keterangan:

1. Koefisien regresi konstanta sebesar 0,028862 artinya apabila *sales growth*, intensitas persediaan dan ukuran perusahaan dianggap konstan (bernilai 0), maka rata-rata tingkat manajemen pajak sebesar 0,028862
2. Koefisien regresi *sales growth* sebesar -0,005064 artinya apabila nilai *sales growth* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka tingkat manajemen pajak akan mengalami penurunan sebesar 0,005064
3. Koefisien regresi intensitas persediaan sebesar 0,196676 artinya apabila nilai intensitas persediaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka tingkat manajemen pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,196676
4. Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,005230 artinya apabila nilai ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka tingkat manajemen pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,005230.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10

Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.245671	Mean dependent var	0.221784
Adjusted R-squared	0.181014	S.D. dependent var	0.073906
S.E. of regression	0.066884	Akaike info criterion	-2.474808
Sum squared resid	0.156570	Schwarz criterion	-2.304186
Log likelihood	52.25875	Hannan-Quinn criter.	-2.413590
F-statistic	3.799611	Durbin-Watson stat	1.356830
Prob(F-statistic)	0.018537		

Berdasarkan hasil uji F, nilai probabilitas dari F-Statistik sebesar 0,018537 < 0,05 yang artinya model regresi layak untuk digunakan. Dari pengujian ini juga menghasilkan nilai F hitung > F tabel yaitu 3,799611 > 2,87. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Sales Growth*, Intensitas Persediaan dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu manajemen pajak.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11

Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.028862	0.263639	0.109477	0.9134
Sales Growth	-0.005064	0.067499	-0.075017	0.9406
Intensitas Persediaan	0.196676	0.068614	2.866422	0.0070
Ukuran Perusahaan	0.005230	0.009151	0.571474	0.5713

Berdasarkan uji signifikansi parsial pada table 11 maka penarikan hipotesis secara parsial dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi pada variabel *Sales Growth* sebesar prob. $0,9406 > 0,05$ dan Nilai T hitung $< T$ Tabel yaitu $-0,075017 < 2,03011$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak.
2. Nilai signifikansi pada variabel intensitas persediaan sebesar prob. $0,0070 < 0,05$ dan Nilai T hitung $> T$ Tabel yaitu $2,866422 > 2,03011$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas persediaan berpengaruh terhadap manajemen pajak.
3. Nilai signifikansi pada variabel Ukuran Perusahaan sebesar prob. $0,5713 > 0,05$ dan Nilai T hitung $< T$ tabel yaitu $0,571474 < 2,02011$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.245671	Mean dependent var	0.221784
Adjusted R-squared	0.181014	S.D. dependent var	0.073906
S.E. of regression	0.066884	Akaike info criterion	-2.474808
Sum squared resid	0.156570	Schwarz criterion	-2.304186
Log likelihood	52.25875	Hannan-Quinn criter.	-2.413590
F-statistic	3.799611	Durbin-Watson stat	1.356830
Prob(F-statistic)	0.018537		

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil *Adjusted R-squared* sebesar 0,181014 atau sama dengan 18,1%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel bebas mempunyai hubungan terhadap variabel terikat sebesar 18,1% , sedangkan sisanya 81,9% dipengaruhi variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat dikemukakan beberapa simpulan penelitian sebagai berikut:

1. *Sales Growth*, Intensitas Persediaan dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap manajemen pajak.
2. *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak, hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pada variable *sales growth* sebesar prob. 0,9406 > 0,05 dengan nilai t hitung < t tabel yaitu $-0,075017 < 2,03011$.
3. Intensitas Persediaan berpengaruh terhadap manajemen pajak, hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pada variable ukuran perusahaan sebesar prob. $0,0070 < 0,05$ dengan nilai t hitung > t tabel yaitu $2,866422 > 2,03011$.
4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak, hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi pada variable inetensitas persediaan prob. $0,5713 > 0,05$ dengan hasil pengujian secara parsial nilai t hitung < t tabel yaitu $0,571474 < 2,02011$.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhari, & Sukartha. (2017). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, INVENTORY INTENSITY, CAPITAL INTENSITY DAN LEVERAGE PADA AGRESIVITAS PAJAK. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 18(3).
- Ariyani, C. F., & Arif, A. (2023). PENGARUH MULTINASIONALITAS, CAPITAL INTENSITY, SALES GROWTH, DAN KONSERVATISME AKUNTANSI TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2863–2872.

- Azizah, S. N., Haerial, H., & Ashari, M. (2022). Analisis Penerapan Manajemen Pajak atas Pajak Penghasilan Badan. *Akrual: Jurnal Bisnis dan Akuntansi Kontemporer*, 43–51.
- Christanti Inviolita, Zirman, & Devi Safitri. (2022). PENGARUH LEVERAGE, INTENSITAS PERSEDIAAN, DEWAN KOMISARIS, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP MANAJEMEN PAJAK. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(02), 276–288. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.013.2.06>
- Christina, M. W., & Wahyudi, I. (2022). Pengaruh intensitas modal, intensitas persediaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 5076–5083.
- Diandra, S. M., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh beban iklan dan intensitas persediaan terhadap agresivitas pajak dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *FINANCIAL: Jurnal Akuntansi*, 6(2), 188–202.
- Dzulisa. (2020). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, SALES GROWTH, DAN LEVERAGE TERHADAP TAX AVOIDANCE DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI*.
- Ellytra, E., & Suparyati, A. (2023). Pengaruh manajemen pajak, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan farmasi periode 2017-2021. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(2), 26–39.
- Fikri, M. K. R. (2024). Pengaruh Sales Growth, Intensitas Aset Tetap, Fasilitas Perpajakan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang. *BUANA ILMU*, 8(2), 125–137.
- Ghozali, M. H. I. (2006). Pengaruh Teknologi Informasi Berbasis Sumber Daya Terhadap Kinerja Perusahaan. *MAKSI*, 6.
- Honggo, K., & Marlinah, A. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, dewan komisaris independen, komite audit, sales growth, dan leverage terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a–1), 9–26.
- Kesuma, A. (2009). Analisis faktor yang mempengaruhi struktur modal serta pengaruhnya terhadap harga saham perusahaan real estate yang go public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 38–45.
- Kurniawan, I. S. (2019). Analisis faktor yang mempengaruhi manajemen pajak dengan indikator tarif pajak efektif. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 16(2), 213–221.
- Mahanani, A., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2017). *Pengaruh karakteristik perusahaan, sales growth dan csr terhadap tax avoidance*.

- Panda, A. K., & Nanda, S. (2020). Receptiveness of effective tax rate to firm characteristics: an empirical analysis on Indian listed firms. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 198–214.
- Piani, C., & Safii, M. (2022). PENGARUH PAJAK TANGGUHAN, KOMPENSASI MANAJEMEN DAN INTENSITAS PERSEDIAAN TERHADAP MANAJEMEN PAJAK. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 383–394. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i2.155>
- Putri, C. L., & Lautania, M. F. (2016). Pengaruh Capital Intensity Ratio, Inventory Intensity Ratio, Ownership Strucutre dan Profitability Terhadap Effective Tax Rate (ETR)(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 101–119.
- Regina, M. (2024). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Intensitas Persediaan, Intensitas Aset Tetap, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Pajak Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022.*
- Rivanda, A. K., Abirukmana, R. P., & Dwiastuti, S. S. (2023). Pengaruh Nilai Perusahaan Dan Nilai Tukar Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Textile Dan Garment Yang Terdaftar Di BEI. *BUANA ILMU*, 8(1), 34–55.
- Seftiane, & Handayani, R. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan publik sektor manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13(1), 39–56.
- Setiawan, A., & Agustina, N. (2018). PENGARUH THIN CAPITALIZATION DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Akuntansi dan Pembangunan*, 4(1), 1–10.
- Sidharta, R. Y., Nurdina, N., & Wulandari, V. R. (2024). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN, INFLASI DAN SUKU BUNGA TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN PARIWISATA, RESTORAN DAN PERHOTELAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Soemitro, R. (2021). *Dasar-dasar hukum pajak.*
- Trisianto, D., & Oktaviani, R. M. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi tax avoidance dengan leverage sebagai variabel mediasi. *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 5(1).
- Wijaya, S. E., & Febrianti, M. (2017). Pengaruh size, leverage, profitability, inventory intensity dan corporate governance terhadap manajemen pajak. *Jurnal bisnis dan akuntansi*, 19(1a–4), 274–280.

Wijayanti, R., & Muid, D. (2020). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Inventory Intensity, Corporate Governance, dan Capital Intensity Ratio Terhadap Manajemen Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan Manajemen Pajak

Kode	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Laba Sebelum Pajak	Manajemen Pajak (GAAP ETR)
AALI	2020	768.856.000.000	1.462.635.000.000	0,5256650
AALI	2021	845.807.000.000	2.913.169.000.000	0,2903391
AALI	2022	637.128.000.000	2.429.178.000.000	0,2622813
BISI	2020	89.271.000.000	364.938.000.000	0,2446196
BISI	2021	96.375.000.000	477.367.000.000	0,2018887
BISI	2022	121.652.000.000	644.894.000.000	0,1886388
BUDI	2020	2.219.000.000	69.312.000.000	0,0320147
BUDI	2021	22.242.000.000	113.965.000.000	0,1951652
BUDI	2022	22.966.000.000	116.031.000.000	0,1979299
CAMP	2020	12.770.532.085	56.816.360.398	0,2247686
CAMP	2021	26.090.326.740	126.156.941.830	0,2068085
CAMP	2022	32.656.976.880	153.914.313.784	0,2121763
CEKA	2020	51.052.197.134	232.864.791.126	0,2192354
CEKA	2021	49.267.827.641	236.334.817.214	0,2084662
CEKA	2022	62.444.562.911	283.149.105.983	0,2205360
CPIN	2020	921.865.000.000	4.767.698.000.000	0,1933564
CPIN	2021	1.014.536.000.000	4.633.546.000.000	0,2189546
CPIN	2022	606.823.000.000	3.537.180.000.000	0,1715556
DLTA	2020	41.238.718.000	164.704.480.000	0,2503801
DLTA	2021	52.872.873.000	240.865.871.000	0,2195117
DLTA	2022	64.145.853.000	294.211.660.000	0,2180262
DSNG	2020	217.125.000.000	695.296.000.000	0,3122771
DSNG	2021	226.235.000.000	965.884.000.000	0,2342258
DSNG	2022	403.641.000.000	1.610.228.000.000	0,2506732
GOOD	2020	94.881.135.256	339.984.897.163	0,2790746
GOOD	2021	140.016.834.125	632.654.506.311	0,2213164
GOOD	2022	152.537.429.078	674.251.464.663	0,2262323
ROTI	2020	1.300.072.400	160.357.537.779	0,0081073
ROTI	2021	75.561.290.420	376.045.893.335	0,2009364
ROTI	2022	140.534.997.731	572.782.719.985	0,2453548
SKLT	2020	13.153.736.835	55.673.983.557	0,2362636
SKLT	2021	17.201.239.321	101.725.399.549	0,1690948
SKLT	2022	22.873.642.974	92.439.536.022	0,2474444
TBLA	2020	220.604.000.000	901.334.000.000	0,2447528
TBLA	2021	230.954.000.000	1.022.870.000.000	0,2257902
TBLA	2022	218.878.000.000	1.020.318.000.000	0,2145194
TGKA	2020	146.723.611.085	625.284.763.496	0,2346509
TGKA	2021	104.209.967.138	556.698.306.873	0,1871929
TGKA	2022	126.640.962.325	604.907.275.214	0,2093560

Lampiran 2 Perhitungan Sales Growth

Kode	Tahun	Net Sales	Net Sales (t-1)	Δ Sales	Sales Growth
AALI	2020	18.807.043.000.000	17.452.736.000.000	1.354.307.000.000	0,0775985
AALI	2021	24.322.048.000.000	18.807.043.000.000	5.515.005.000.000	0,2932415
AALI	2022	21.828.591.000.000	24.322.048.000.000	-2.493.457.000.000	-0,1025184
BISI	2020	1.812.762.000.000	2.272.410.000.000	-459.648.000.000	-0,2022734
BISI	2021	2.015.138.000.000	1.812.762.000.000	202.376.000.000	0,1116396
BISI	2022	2.415.592.000.000	2.015.138.000.000	400.454.000.000	0,1987229
BUDI	2020	2.725.866.000.000	3.003.768.000.000	-277.902.000.000	-0,0925178
BUDI	2021	3.374.782.000.000	2.725.866.000.000	648.916.000.000	0,2380587
BUDI	2022	3.382.326.000.000	3.374.782.000.000	7.544.000.000	0,0022354
CAMP	2020	956.634.474.111	1.028.952.947.818	-72.318.473.707	-0,0702836
CAMP	2021	1.019.133.657.275	956.634.474.111	62.499.183.164	0,0653324
CAMP	2022	1.129.360.552.136	1.019.133.657.275	110.226.894.861	0,1081574
CEKA	2020	3.634.297.273.749	3.120.937.098.980	513.360.174.769	0,1644891
CEKA	2021	5.359.440.530.374	3.634.297.273.749	1.725.143.256.625	0,4746841
CEKA	2022	6.143.759.424.928	5.359.440.530.374	784.318.894.554	0,1463434
CPIN	2020	42.518.782.000.000	42.501.146.000.000	17.636.000.000	0,0004150
CPIN	2021	51.698.249.000.000	42.518.782.000.000	9.179.467.000.000	0,2158920
CPIN	2022	56.867.544.000.000	51.698.249.000.000	5.169.295.000.000	0,0999898
DLTA	2020	546.336.411.000	827.136.727.000	-280.800.316.000	-0,3394848
DLTA	2021	681.205.785.000	546.336.411.000	134.869.374.000	0,2468614
DLTA	2022	778.744.315.000	681.205.785.000	97.538.530.000	0,1431851
DSNG	2020	6.698.918.000.000	5.736.684.000.000	962.234.000.000	0,1677335
DSNG	2021	7.124.495.000.000	6.698.918.000.000	425.577.000.000	0,0635292
DSNG	2022	9.633.671.000.000	7.124.495.000.000	2.509.176.000.000	0,3521900
GOOD	2020	7.711.334.590.144	8.438.631.355.699	-727.296.765.555	-0,0861866
GOOD	2021	8.799.579.901.024	7.711.334.590.144	1.088.245.310.880	0,1411228
GOOD	2022	10.510.942.813.705	8.799.579.901.024	1.711.362.912.681	0,1944823
ROTI	2020	3.212.034.546.032	3.337.022.314.624	-124.987.768.592	-0,0374549
ROTI	2021	3.287.623.237.457	3.212.034.546.032	75.588.691.425	0,0235330
ROTI	2022	3.935.182.048.668	3.287.623.237.457	647.558.811.211	0,1969687
SKLT	2020	1.253.700.810.596	1.281.116.255.236	-27.415.444.640	-0,0213997
SKLT	2021	1.356.846.112.540	1.253.700.810.596	103.145.301.944	0,0822727
SKLT	2022	1.539.310.803.104	1.356.846.112.540	182.464.690.564	0,1344771
TBLA	2020	10.863.256.000.000	8.533.183.000.000	2.330.073.000.000	0,2730602
TBLA	2021	15.972.216.000.000	10.863.256.000.000	5.108.960.000.000	0,4702973
TBLA	2022	16.579.960.000.000	15.972.216.000.000	607.744.000.000	0,0380501
TGKA	2020	12.488.883.541.697	13.372.043.554.341	-883.160.012.644	-0,0660453
TGKA	2021	11.926.149.980.019	12.488.883.541.697	-562.733.561.678	-0,0450588
TGKA	2022	12.977.529.294.003	11.926.149.980.019	1.051.379.313.984	0,0881575

Lampiran 3 Perhitungan Variabel Intensitas Persediaan

Kode	Tahun	Total Persediaan	Total Aset	INTEPERS
AALI	2020	2.055.603.000.000	2.778.123.100.000	0,7399251
AALI	2021	2.001.478.000.000	3.039.990.600.000	0,6583830

AALI	2022	1.003.597.000.000	2.924.934.000.000	0,3431178
BISI	2020	919.678.000.000	2.914.979.000.000	0,3155007
BISI	2021	788.289.000.000	3.132.202.000.000	0,2516725
BISI	2022	752.573.000.000	3.410.481.000.000	0,2206648
BUDI	2020	511.382.000.000	2.963.007.000.000	0,1725889
BUDI	2021	363.666.000.000	2.993.218.000.000	0,1214967
BUDI	2022	618.767.000.000	3.173.651.000.000	0,1949701
CAMP	2020	138.318.505.104	1.086.873.666.641	0,1272627
CAMP	2021	120.967.227.625	1.147.260.611.703	0,1054401
CAMP	2022	125.459.113.293	1.074.777.460.412	0,1167303
CEKA	2020	326.172.666.133	1.566.673.828.068	0,2081944
CEKA	2021	415.890.903.114	1.697.387.196.209	0,2450183
CEKA	2022	367.684.598.919	1.718.287.453.575	0,2139832
CPIN	2020	5.639.119.000.000	31.159.291.000.000	0,1809771
CPIN	2021	7.655.165.000.000	35.446.051.000.000	0,2159667
CPIN	2022	8.999.873.000.000	39.847.545.000.000	0,2258577
DLTA	2020	185.922.488.000	1.225.580.913.000	0,1517015
DLTA	2021	173.367.092.000	1.308.722.065.000	0,1324705
DLTA	2022	194.145.863.000	1.307.186.367.000	0,1485219
DSNG	2020	670.395.000.000	14.151.383.000.000	0,0473731
DSNG	2021	773.069.000.000	13.712.160.000.000	0,0563784
DSNG	2022	1.290.995.000.000	15.357.229.000.000	0,0840643
GOOD	2020	861.818.731.958	6.670.943.518.686	0,1291899
GOOD	2021	1.005.419.097.716	6.766.602.280.143	0,1485855
GOOD	2022	1.273.691.356.964	7.327.371.934.290	0,1738265
ROTI	2020	103.693.623.334	4.452.166.671.985	0,0232906
ROTI	2021	119.581.372.896	4.191.284.422.677	0,0285310
ROTI	2022	146.630.445.701	4.130.321.616.083	0,0355010
SKLT	2020	146.698.971.577	773.863.042.440	0,1895671
SKLT	2021	135.057.215.504	889.125.250.792	0,1518990
SKLT	2022	238.556.605.259	1.033.289.474.829	0,2308710
TBLA	2020	8.239.389.000.000	22.139.941.000.000	0,3721504
TBLA	2021	12.832.503.000.000	22.139.941.000.000	0,5796087
TBLA	2022	13.105.237.000.000	23.700.000.000.000	0,5529636
TGKA	2020	643.852.616.236	12.941.978.216.000	0,0497492
TGKA	2021	905.217.754.055	15.879.198.000.000	0,0570065
TGKA	2022	101.053.262.884	17.394.689.000.000	0,0058094

Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan

Kode	Tahun	Total Aset	Ln Total Aset
AALI	2020	27.781.231.000.000	30,9553818
AALI	2021	30.399.906.000.000	31,0454606
AALI	2022	29.249.340.000.000	31,0068781
BISI	2020	2.914.979.000.000	28,7008837
BISI	2021	3.132.202.000.000	28,7727574
BISI	2022	3.410.481.000.000	28,8578745
BUDI	2020	2.963.007.000.000	28,7172257

BUDI	2021	2.993.218.000.000	28,7273702
BUDI	2022	3.173.651.000.000	28,7859038
CAMP	2020	1.086.873.666.641	27,7143265
CAMP	2021	1.147.260.611.703	27,7683981
CAMP	2022	1.074.777.460.412	27,7031347
CEKA	2020	1.566.673.828.068	28,0799759
CEKA	2021	1.697.387.196.209	28,1601112
CEKA	2022	1.718.287.453.575	28,1723492
CPIN	2020	31.159.291.000.000	31,0701336
CPIN	2021	35.446.051.000.000	31,1990330
CPIN	2022	39.847.545.000.000	31,3160819
DLTA	2020	1.225.580.913.000	27,8344361
DLTA	2021	1.308.722.065.000	27,9000723
DLTA	2022	1.307.186.367.000	27,8988981
DSNG	2020	14.151.383.000.000	30,2808335
DSNG	2021	13.712.160.000.000	30,2493041
DSNG	2022	15.357.229.000.000	30,3626074
GOOD	2020	6.670.943.518.686	29,5287824
GOOD	2021	6.766.602.280.143	29,5430202
GOOD	2022	7.327.371.934.290	29,6226380
ROTI	2020	4.452.166.671.985	29,1244120
ROTI	2021	4.191.284.422.677	29,0640283
ROTI	2022	4.130.321.616.083	29,0493764
SKLT	2020	773.863.042.440	27,3746607
SKLT	2021	889.125.250.792	27,5135040
SKLT	2022	1.033.289.474.829	27,6637685
TBLA	2020	22.139.941.000.000	30,7284044
TBLA	2021	22.139.941.000.000	30,7284044
TBLA	2022	23.700.000.000.000	30,7964962
TGKA	2020	12.941.978.216.000	30,1914973
TGKA	2021	15.879.198.000.000	30,3960311
TGKA	2022	17.394.689.000.000	30,4871860