

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berkembangnya pasar modal berbasis syariah di Indonesia pada tahun 1997, yaitu dengan terluncurnya danareksa syariah oleh PT Danareksa Investment Manajemen (DIM). Selanjutnya pada tanggal 3 Juli 2000, PT Bursa Efek Indonesia bekerja sama dengan PT Danareksa Investment Management mengeluarkan indeks saham yang berdasar syariah Islam bernama Jakarta Islamic Index (JII). Indeks ini diharapkan menjadi tolak ukur kinerja saham-saham yang berbasis syariah serta untuk lebih mengembangkan pasar modal syariah.

Jakarta Islamic Index terdiri dari 30 saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai dengan syariah Islam. Berikut ini adalah profil beberapa perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2018-2020 yang merupakan sampel dari penelitian ini:

1. AKR Corporindo Tbk (AKRA)

PT Akasha Wira International Tbk merupakan perusahaan yang didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama perusahaan telah diubah beberapa kali, terakhir pada tahun 2010, ketika nama perusahaan diubah menjadi PT Akasha Wira International Tbk. PT Akasha Wira International Tbk ini bergerak dalam bidang industri air

kemasan, industri kosmetika, industri minuman ringan susu kedelai dan distribusi produk kosmetika professional merek Wella and Clairol di Indonesia. PT Akasha Wira International Tbk mempunyai visi yaitu menyediakan solusi terbaik untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen kami. Sedangkan misinya yaitu membangun merek yang kuat yang memberikan solusi konsumen terbaik melalui orang, budaya dan sistem terbaik.⁴⁸

2. Aneka Tambang Tbk (ANTM)

ANTAM, anggota MIND ID (Mining Industry Indonesia), Holding Industri Pertambangan BUMN adalah perusahaan pertambangan dan logam yang terintegrasi secara vertikal, berorientasi ekspor, dan terdiversifikasi. Dengan operasi yang tersebar di seluruh kepulauan Indonesia yang kaya mineral, ANTAM melakukan semua kegiatan mulai dari eksplorasi, penggalan, pengolahan hingga pemasaran bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan batubara. Perusahaan ini memiliki pelanggan setia blue chip jangka panjang di Eropa dan Asia. Karena luasnya wilayah eksplorasi berlisensi perusahaan serta diketahui memiliki cadangan dan sumber daya berkualitas tinggi, ANTAM telah membentuk beberapa usaha patungan dengan mitra internasional untuk mengembangkan badan bijih geologi menjadi tambang yang menguntungkan.⁴⁹

3. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

⁴⁸ <https://akashainternational.com>, diakses pada tanggal 22 April 2021

⁴⁹ <https://www.antam.com/en/about> diakses pada tanggal 8 November 2021

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (“ICBP” atau “Perseroan”) adalah salah satu pemain mapan dan terkemuka di sektor produk konsumen bermerek. Kami bergerak dalam kategori bisnis yang beragam, termasuk mie, susu, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, dan minuman. ICBP juga menjalankan bisnis pengemasan, memproduksi kemasan fleksibel dan bergelombang untuk produk kami. Kami menyediakan solusi sehari-hari untuk konsumen dari segala usia di seluruh segmen pasar, dengan lebih dari 30 merek produk terkemuka. Banyak dari merek ini menikmati posisi pasar yang signifikan di Indonesia, didukung oleh kepercayaan dan loyalitas jutaan konsumen selama puluhan tahun. Operasi bisnis ICBP didukung oleh lebih dari 60 pabrik yang berlokasi di area utama di seluruh Indonesia, memungkinkan kami untuk tetap lebih dekat dengan pelanggan kami dan memastikan kesegaran dan ketersediaan produk. Sebagian besar produk kami mudah didapat di perdagangan umum dan modern di seluruh nusantara. Kami didukung penuh oleh jaringan distribusi Indofood yang luas di Indonesia untuk memenuhi permintaan konsumen secara tepat waktu dan efisien. Selain Indonesia, ICBP juga mengekspor produknya ke seluruh dunia. Sebagai bagian dari strategi ekspansi bisnis inti kami, ICBP mengakuisisi Pinehill Company Limited, produsen mie instan dengan lebih dari 20 fasilitas manufaktur di Afrika, Timur Tengah dan Eropa Tenggara,

menjadikan ICBP salah satu produsen mie instan terbesar di dunia dengan pasar yang kuat. berbagi secara global.⁵⁰

4. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)

Indofood secara progresif telah bertransformasi menjadi perusahaan Total Food Solutions yang beroperasi di semua tahapan produksi makanan. Selama dua dekade terakhir, Indofood telah semakin bertransformasi menjadi perusahaan Total Food Solutions yang beroperasi di semua tahap manufaktur makanan, mulai dari produksi bahan baku dan pengolahannya, hingga produk konsumen di pasar. Hari ini, ia terkenal sebagai perusahaan yang mapan dan pemain terkemuka di setiap kategori bisnis di mana ia beroperasi. Dalam operasi bisnisnya, Indofood memanfaatkan skala ekonomi dan model bisnis yang tangguh dengan empat Kelompok Usaha Strategis (“Grup”) yang saling melengkapi.⁵¹

5. Kalbe Farma Tbk (KLBF)

Berdiri pada tahun 1966, Kalbe telah jauh berkembang dari usaha sederhana di sebuah garasi menjadi perusahaan farmasi terdepan di Indonesia. Melalui proses pertumbuhan organik dan penggabungan usaha & akuisisi, Kalbe telah tumbuh dan bertransformasi menjadi penyedia solusi kesehatan terintegrasi melalui 4 kelompok divisi usahanya: Divisi Obat Resep (kontribusi 23%), Divisi Produk Kesehatan (kontribusi 17%), Divisi Nutrisi (kontribusi 30%), serta Divisi Distribusi and Logistik

⁵⁰ <https://www.indofoodcbp.com/company/icbp-at-a-glance> diakses pada tanggal 8 November 2021

⁵¹ <https://www.indofood.com/company/indofood-at-a-glance> diakses pada tanggal 8 November 2021

(kontribusi 30%). Keempat divisi usaha ini mengelola portofolio obat resep dan obat bebas yang komprehensif, produk-produk minuman energi dan nutrisi, serta usaha distribusi yang menjangkau lebih dari satu juta outlet di seluruh kepulauan Indonesia.

Di pasar internasional, Perseroan telah hadir di negara-negara ASEAN, Nigeria, dan Afrika Selatan, dan menjadi perusahaan produk kesehatan nasional yang dapat bersaing di pasar ekspor. Kalbe Farma juga merupakan perusahaan produk kesehatan publik terbesar di Asia Tenggara, dengan nilai kapitalisasi pasar Rp79,2 triliun dan nilai penjualan Rp20,2 triliun di akhir 2017. Divisi Produk Kesehatan Kalbe meliputi kategori produk obat bebas bersifat kuratif serta produk-produk konsumsi yang memiliki manfaat kesehatan seperti suplemen dan produk bersifat preventif lainnya, minuman energi serta produk minuman kesehatan. Portofolio kategori produk obat bebas Kalbe mencakup lebih dari 6 kelas terapi obat bebas dengan merek-merek dominan yang menguasai pangsa pasar dalam beberapa dekade terakhir. Beberapa produk unggulan Kalbe lainnya adalah Komix, Woods, Entrostop, Procold, Fatigon, Promag, Mixagrip dan Extra Joss.⁵²

6. Bukit Asam Tbk (PTBA)

PT Bukit Asam Tbk memiliki sejarah yang sangat panjang di industri batu bara nasional. Operasional perusahaan ini ditandai dengan beroperasinya tambang Air Laya di Tanjung Enim tahun 1919 oleh

⁵² <https://www.kalbe.co.id/id/produk-dan-jasa/produk-kesehatan> diakses pada tanggal 8 November 2021

pemerintah kolonial Belanda. Kala itu, penambangan masih menggunakan metode penambangan terbuka.⁵³

7. Surya Citra Media Tbk (SCMA)

PT Surya Citra Media Tbk memulai perjalanannya dari tahun 1999 dan senantiasa tumbuh dan berkembang untuk berkontribusi di industri media Indonesia. Industri media adalah salah satu industri yang berkembang paling pesat di Indonesia dan telah menjadi bagian yang tak terlepas dari kehidupan masyarakat Indonesia sehari-hari. Untuk itu, PT Surya Citra Media Tbk terus berkomitmen untuk memberikan tayangan, program, konten, dan layanan di bidang media yang bermakna dan memperkaya hidup audiensi Indonesia. Melalui dua saluran TV nasional terbesar di Indonesia, seperti Surya Citra Televisi (SCTV) dan Indosiar Visual Mandiri (INDOSIAR) dan berbagai saluran penyiaran lainnya, kami terus mengasah kreativitas dan kerja keras kami untuk menghadirkan tayangan yang menghibur serta informasi yang mengedukasi dan tepercaya. Selain itu, kami pun memperluas layanan yang didedikasikan untuk pembuatan konten berkualitas, manajemen artis dan jasa periklanan yang unggul, serta manajemen fasilitas siaran dan produksi film yang saling berkesinambungan untuk memberikan pengalaman hiburan dan tayangan terbaik serta untuk memajukan industri media dalam negeri.⁵⁴

8. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (TLKM)

⁵³ <https://www.ptba.co.id/tentang> diakses pada tanggal 8 November 2021

⁵⁴ <https://www.scm.co.id/company-overview> diakses pada tanggal 8 November 2021

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi digital telecommunication company, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (customer-oriented). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih lean (ramping) dan agile (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan customer experience yang berkualitas. Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi legacy yang sudah ada sebelumnya.⁵⁵

⁵⁵ https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22
diakses pada tanggal 8 November 2021

9. United Tractors Tbk (UNTR)

United Tractors merupakan anak usaha dari PT Astra International Tbk (“Astra”), salah satu grup usaha terbesar dan terkemuka di Indonesia dengan jaringan layanan menjangkau berbagai industri dan sektor. Sejak 19 September 1989, United Tractors telah menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (dahulu Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya). Hingga kini Astra memiliki 59,5% saham United Tractors, dengan sisa saham dimiliki oleh publik. Saat ini United Tractors telah berkembang menjadi salah satu pemain utama di sektor dan industri dalam negeri, melalui lima pilar bisnis, yaitu Mesin Konstruksi, Kontraktor Penambangan, Pertambangan, Industri Konstruksi, dan Energi.⁵⁶

10. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)

Sejak didirikan pada tanggal 5 Desember 1933, Unilever Indonesia telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia. Kami telah menemani masyarakat Indonesia melalui produk dari berbagai kategori, seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall’s, Royco, Bango, dan masih banyak lagi.

Setelah lebih dari 85 tahun berdiri, misi kami tidak pernah berubah yaitu memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan (ramah lingkungan dan memberikan manfaat positif kepada masyarakat). Kami selalu berupaya

⁵⁶ <https://www.unitedtractors.com/sekilas-perusahaan/> diakses pada tanggal 8 November 2021

untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap harinya melalui produk-produk dan kampanye kami. Kami juga menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan kecil dalam kehidupan sehari-hari agar dapat menambah perubahan besar bagi dunia. Dalam melakukan bisnis, kami telah mengembangkan cara-cara baru yang akan memungkinkan kami terus berkembang seraya mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan dampak sosial positif bagi masyarakat. Saham Unilever Indonesia pertama kali dibuka untuk publik pada tahun 1981 dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir 2015, Unilever Indonesia menjadi perusahaan terbesar keempat berdasarkan kapitalisasi pasar di Bursa Efek Indonesia. Bagi kami, sumber daya manusia adalah pusat dari semua kegiatan perusahaan. Hal ini telah menjadi prioritas kami untuk mengembangkan profesionalisme, keseimbangan hidup, dan kapasitas dari 6.000 lebih karyawan kami untuk berkontribusi pada perusahaan. Kami juga telah mengelola dan mengembangkan bisnis secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Nilai-nilai dan standar perusahaan kami ditetapkan dalam Code of Business Principles (CoBP) kami yang juga dibagikan dengan mitra bisnis kami, termasuk pemasok dan distributor. Saat ini, Unilever Indonesia memiliki 44 brand dan juga sembilan pabrik yang bertempat di area industri Jababeka- Cikarang, Rungkut-Surabaya, dan kantor pusat di Tangerang. Kesembilan pabrik kami, serta produk-produk yang dihasilkan dari sembilan pabrik tersebut telah mendapatkan sertifikasi dari Majelis Ulama

Indonesia (MUI). Kami memiliki 1.000 stock keeping unit (SKU) yang dipasarkan melalui lebih dari 800 jaringan distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.⁵⁷

11. Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKA)

Berawal dengan kegiatan usaha yang hanya meliputi pekerjaan instalasi listrik dan pipa air ketika didirikan, pada tahun 1970-an WIKA beralih menjadi perusahaan kontraktor sipil dan bangunan. Melalui Penawaran Saham Perdana (Initial Public Offering/IPO) di Bursa Efek Indonesia pada 27 Oktober 2007, WIKA melepas 28,46% saham ke publik; sementara kepemilikan sisanya masih dipegang oleh Pemerintah Republik Indonesia. Berkat suntikan dana dari IPO, WIKA semakin leluasa bertumbuh dan berkembang. Langkah-langkah antisipatif dan inovatif pun semakin mudah diwujudkan. Walhasil, WIKA tetap berdiri kokoh kendati menghadapi berbagai krisis, baik skala nasional maupun global. Pada 2019, WIKA secara resmi menetapkan Visi dan Misi 2030 untuk menjawab tantangan masa depan Perseroan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang investasi serta engineering, procurement dan construction (EPC) berkelanjutan untuk kualitas kehidupan yg lebih baik. WIKA meyakini, visi 2030 merupakan wujud nyata dari harmonisasi aspek people, planet, profit dan juga sejalan dengan tujuan pembangunan

⁵⁷ <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/introduction-to-unilever-indonesia/> diakses pada tanggal 8 November 2021

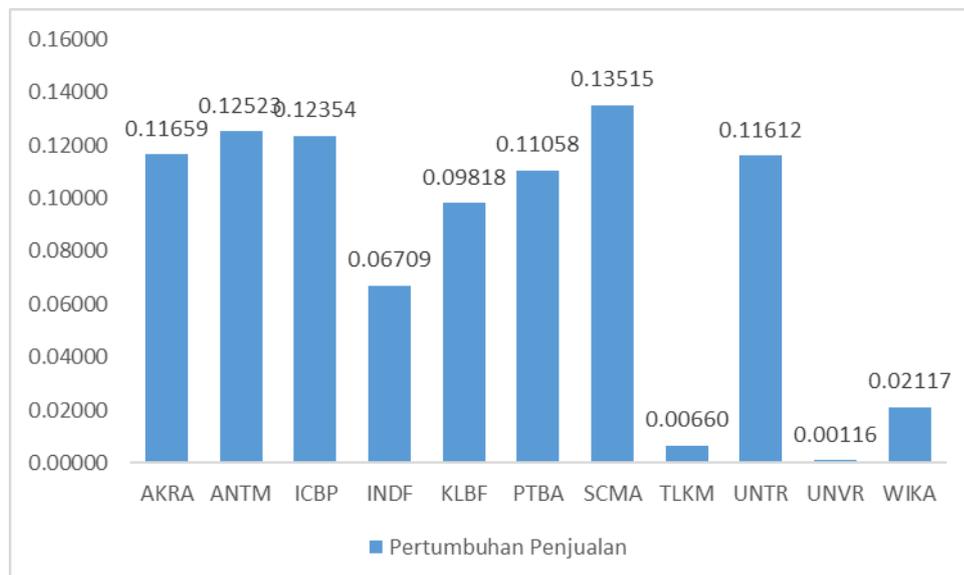
berkelanjutan. WIKA berkomitmen untuk melaksanakan peran pentingnya dalam menghadirkan kualitas kehidupan yang lebih baik.⁵⁸

B. Deskripsi Data

1. Pertumbuhan Penjualan

Berikut ini adalah data pertumbuhan penjualan yang dihitung dengan berdasarkan laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2020:

Gambar 4.1
Pertumbuhan Penjualan Periode 2020



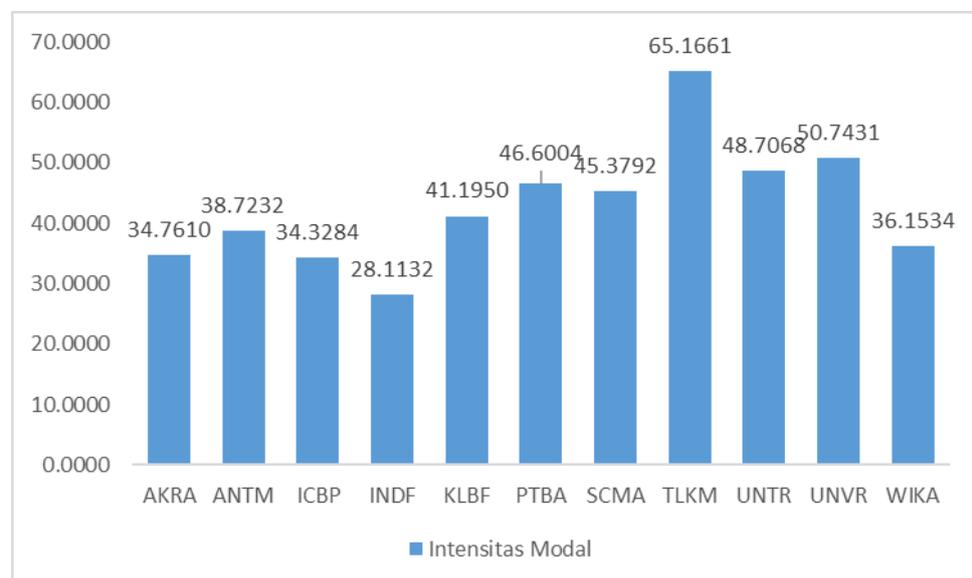
Berdasarkan gambar 4.1 diatas, pada tahun 2020 pertumbuhan penjualan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tertinggi sebesar 0,13515% yaitu pada SCMA sedangkan pertumbuhan penjualan terendah sebesar 0,00116% yaitu pada UNVR.

⁵⁸ <https://wika.co.id/id/pages/who-we-are> diakses pada tanggal 8 November 2021

2. Intensitas Modal

Berikut ini adalah data intensitas modal yang dihitung dengan berdasarkan total asset pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2020:

Gambar 4.2
Intensitas Modal Periode 2020



Berdasarkan Gambar 4.2 diatas, pada tahun 2020 intensitas modal Tahunan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tertinggi sebesar 65,1662% yaitu pada TLKM sedangkan intensitas modal terendah sebesar 28,1132% yaitu pada INDF.

3. Kualitas Audit

Berikut ini adalah data kualitas audit yang dihitung dengan berdasarkan laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2020:

Tabel 4.1
Kualitas Audit Periode 2020

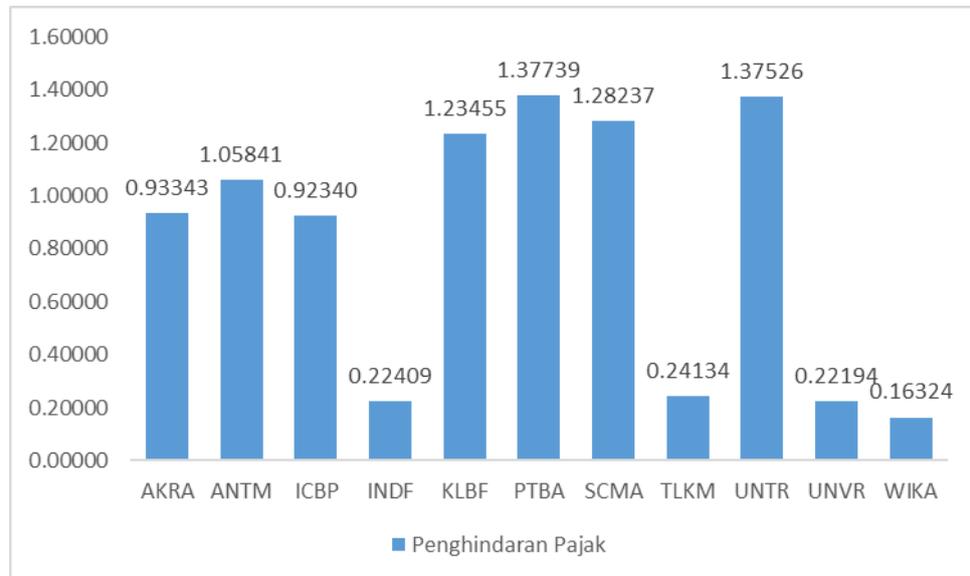
No	Kode	2020
1	AKRA	1
2	ANTM	1
3	ICBP	1
4	INDF	1
5	KLBF	1
6	PTBA	1
7	SCMA	1
8	TLKM	1
9	UNTR	1
10	UNVR	1
11	WIKA	0

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, kualitas audit pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2020 rata-rata berkualitas 1, namun terdapat 1 perusahaan yang berkualitas 0 yaitu pada perusahaan WIKA.

4. Penghindaran Pajak

Berikut ini adalah data penghindaran pajak yang dihitung dengan berdasarkan logaritma natural dari total aset pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2020:

Gambar 4.3
Penghindaran Pajak Periode 2020



Berdasarkan tabel 4.4 diatas, pada tahun 2020 penghindaran pajak perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tertinggi sebesar 1,37739% pada PTBA sedangkan penghindaran pajak perusahaan terendah sebesar 0,16324 pada WIKA.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik Deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum, dan standar deviasi.

Hasil uji analisis statistik deskriptif memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
PenghindaranPajak_Y	11	.1632	1.3774	.821402	.5063572	.256
PertumbuhanPenjuala n_X1	11	.0012	.1352	.083765	.0509580	.003
IntensitasModal_X2	11	28.1132	65.1661	42.715436	10.1720767	103.471
KualitasAudit_X3	11	.0000	1.0000	.909091	.3015113	.091
Valid N (listwise)	11					

Sumber: *Output SPSS 22.0*, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa variabel penghindaran pajak memiliki nilai minimum sebesar 0,1632, nilai maksimum sebesar 1,3774, nilai rata-rata sebesar 0,8214 dan standar deviasi sebesar 0.5063. Variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai minimum sebesar 0,012, nilai maksimum sebesar 0.1352, nilai rata-rata sebesar 0.0837 dan standar deviasi sebesar 0.0509. Variabel Intensitas Modal memiliki nilai minimum sebesar 65,1661, nilai maksimum sebesar 8,7813, nilai rata-rata sebesar 28,411120 dan standar deviasi sebesar 13,5527742. Variabel Kualitas audit memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 1,0, nilai rata-rata sebesar 0.909091 dan standar deviasi sebesar 0.2919371.

D. Analisis Data

1. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data merupakan yang digunakan sebagai pengukur data apakah mempunyai distribusi yang normal sehingga bisa digunakan dalam statistik parametik.

Hasil uji normalitas data memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ABS_Res_1
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.154316
	Std. Deviation	.1284551
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.136
	Negative	-.116
Test Statistic		.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.126 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS 22.0*, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi data sebesar 0,126 yang lebih besar dari 0,05 ($0,126 > 0,05$), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Bertujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen).

Hasil uji multikolinieritas memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	PertumbuhanPenjualan_X1	.582	1.717
	IntensitasModal_X2	.666	1.501
	KualitasAudit_X3	.663	1.507

a. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

Sumber: *Output SPSS 22.0*, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai *tolerance* untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,582, variabel intensitas modal sebesar 0,666 dan variabel kualitas audit sebesar 0,663. Hal ini menunjukkan bahwa dari hasil uji di atas tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Nilai VIF untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar 1,717, variabel intensitas modal sebesar 1,501 dan variabel kualitas audit sebesar 1,507. Dari hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10,00. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.852 ^a	.726	.698	.2128518	1.934

a. Predictors: (Constant), KualitasAudit_X3, IntensitasModal_X2, PertumbuhanPenjualan_X1

b. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diperoleh nilai dW sebesar 1,934

Nilai dU dilihat dari tabel statistik $dU = 5\%$ ($k=3$; $n=11$) = 1,6511.

Hasil pengujian autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson $dW > dU = 1,934 > 1,6511$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot dengan penafsiran jika titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola bergelombang melebar dan menyempit, maka tidak terjadi masalah. Hasil uji heteroskedastisitas memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

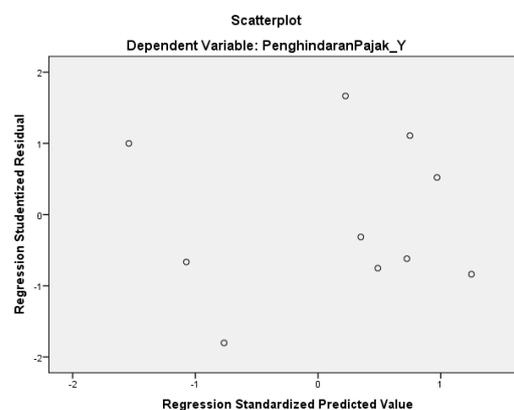
Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.111	.136		-.813	.443
1	PertumbuhanPenjualan_X	.025	.621	.015	.040	.969
	IntensitasModal_X2	.003	.003	.373	1.049	.329
	KualitasAudit_X3	.123	.098	.444	1.246	.253

a. Dependent Variable: ABS_RES_1

Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05 dan dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot dengan penafsiran jika titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola bergelombang melebar dan menyempit, maka tidak terjadi masalah. Hasil uji heteroskedastisitas memiliki hasil sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Scatterplot diatas menggambarkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heterokesdastisitas pada model regresi.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.852	.346		-2.459	.044
	PertumbuhanPenjualan _X1	10.866	1.578	1.094	6.884	.000
	IntensitasModal_X2	.022	.007	.436	2.938	.022
	KualitasAudit_X3	-.181	.250	-.108	-.724	.493

a. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, di dapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,852 + 10,866X_1 + 0,022X_2 - 0,181X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dilihat bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,852 , artinya apabila variabel pertumbuhan penjualan, intensitas modal, dan kualitas audit *constant* (tetap) atau sama dengan 0, maka penghindaran sebesar 0,852.
- b. Koefisien regresi pertumbuhan penjualan bernilai sebesar 10,866 artinya setiap peningkatan 1 satuan pertumbuhan penjualan, maka akan meningkatkan penghindaran pajak sebesar 10,866 dengan asumsi variabel intensitas modal dan kualitas audit tetap.
- c. Koefisien regresi intensitas modal bernilai sebesar 0,022 artinya setiap peningkatan 1 satuan intensitas modal, maka akan menaikkan penghindaran pajak sebesar 0,022 dengan asumsi variabel pertumbuhan penjualan dan kualitas audit tetap.
- d. Koefisien regresi kualitas audit bernilai sebesar -0,181 artinya setiap peningkatan 1 satuan kualitas audit, maka akan menurunkan penghindaran pajak sebesar 0,181 dengan asumsi variabel pertumbuhan penjualan dan intensitas modal tetap.
- e. Error (e), menunjukkan variabel pengganggu diluar variabel yang terdiri dari pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan kualitas audit.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Hasil uji parsial (uji t) memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.852	.346		-2.459	.044
	PertumbuhanPenjualan_X1	10.866	1.578	1.094	6.884	.000
	IntensitasModal_X2	.022	.007	.436	2.938	.022
	KualitasAudit_X3	-.181	.250	-.108	.724	.493

a. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Hipotesis penelitian uji T pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

H_1 : Ada Pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima
- b. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T tabel didapat dengan mencari nilai $df = n - k - 1 = 11 - 3 - 1 = 7$ $T_{tabel} (0,05; 7) = 2,36462$

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $6,884 > T_{tabel} = 2,36462$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan Ada Pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

2) Pengaruh Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak

Hipotesis penelitian uji T pengaruh Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak

H_2 : Ada Pengaruh signifikan Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- c. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima
- d. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T tabel didapat dengan mencari nilai $df = n - k - 1 = 33 - 3 - 1 = 7$ $T_{tabel} (0,05; 7) = 2,36462$

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $2,938 > T_{tabel} = 2,36462$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan Ada Pengaruh signifikan Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak.

3) Pengaruh kualitas audit terhadap Penghindaran Pajak

Hipotesis penelitian uji T pengaruh kualitas audit terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan kualitas audit terhadap Penghindaran Pajak

H_3 : Ada Pengaruh signifikan kualitas audit terhadap Penghindaran Pajak

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

e. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

f. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T tabel didapat dengan mencari nilai $df = n - k - 1 = 33 - 3 - 1 = 7$ $T_{tabel} (0,05; 7) = 2,36462$

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $0,724 < T_{tabel} = 2,36462$ diputuskan

H_0 diterima sehingga diperoleh kesimpulan Tidak ada Pengaruh signifikan kualitas audit terhadap Penghindaran Pajak.

b. Uji F

Hasil uji simultan (uji f) memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.300	3	.767	20.351	.001 ^b
	Residual	.264	7	.038		
	Total	2.564	10			

a. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

b. Predictors: (Constant), KualitasAudit_X3, IntensitasModal_X2, PertumbuhanPenjualan_X1

Sumber: *Output SPSS 22.0*, data diolah 2021

Hipotesis Penelitian adalah sebagai berikut :

H_0 :Tidak ada pengaruh signifikan Pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan, Inyensitas Modal, dan Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak

H_3 : Ada pengaruh signifikan Pertumbuhan Penjualan, Inyensitas Modal, dan Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak

Dasar pengambilan keputusan uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai F_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05, $F_{\text{tabel}}(0,05; 3; 7) = 4,35$ (diperoleh dengan cara mencari df_1 dan df_2 , $df_1 = k = 3$, dimana k merupakan jumlah variabel independen. $df_2 = n - k - 1 = 11 - 3 - 1 = 7$).

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan $f_{\text{hitung}} 20,351 > 4,35$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan kualitas audit secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi memiliki hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.897 ^a	20.351	3	7	.001

a. Predictors: (Constant), KualitasAudit_X3, IntensitasModal_X2, PertumbuhanPenjualan_X1

b. Dependent Variable: PenghindaranPajak_Y

Sumber: *Output* SPSS 22.0, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa nilai R *Square* sebesar 0,897 atau 89,7%. Hal ini berarti pengaruh variabel bebas yang terdiri dari pertumbuhan penjualan, intensitas modal dan

kualitas audit terhadap variabel terikat penghindaran pajak adalah sebesar 89,7%. Sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain diluar model regresi yang dianalisis.