

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP TAX AVOIDANCE

Rengga Bayu Prayoga
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
renggabayuprayoga@gmail.com

Dewi Sutjahyani
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
sutjahyani65@gmail.com

ABSTRACT

Tax avoidance is one of the company's strategies to minimize its tax expenditure. Explicitly, there are various factors that can cause the occurrence of tax avoidance strategies such as the variables in this study. The purpose of this study is to determine the influence of company size, sales growth and disclosure of CSR on tax avoidance. The types of data used are quantitative and qualitative data. The research sample in this study is a pharmaceutical sub-sector manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. Sampling using the purposive sampling method with a data processing process using the Package for the Social Sciences (SPSS). The results showed that partially sales growth and CSR affected tax avoidance. Whereas in silmultan all independent variables together have an effect to the dependent variable, namely tax avoidance. Based on the results that have been achieved, the implications are known that it is hoped that this research will be able to provide information to companies that include information on total assets, net sales and disclosures of CSR to be more careful in carrying out tax avoidance strategies because this study provides a little illustration that the variables that have been studied in this study have an influence on tax avoidance.

Keywords: Firm Size, Sales Growth, Corporate Social Responsibility (CSR), Tax Avoidance

ABSTRAK

Tax avoidance merupakan salah satu strategi perusahaan untuk meminimalisirkan pengeluaran pajaknya. Secara eksplisit terdapat berbagai faktor yang dapat menyebabkan terjadinya strategi *tax avoidance* seperti variabel-variabel yang ada pada penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan pengungkapan CSR terhadap *tax avoidance*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sampel penelitian pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan proses pengolahan data menggunakan *Package for the Social Sciences* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan dan CSR berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Sedangkan secara simultan seluruh variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *tax avoidance*. Berdasarkan hasil yang telah dicapai maka di ketahui implikasinya bahwa diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi kepada perusahaan yang menyertakan informasi total aset, penjualan bersih serta pengungkapan CSR agar lebih berhati-hati dalam melakukan strategi *tax avoidance* dikarenakan penelitian ini memberikan sedikit gambaran bahwa variabel yang telah diteliti pada penelitian ini memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance*.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance

PENDAHULUAN

Pajak pada umumnya selalu dikaitkan dengan perekonomian, karena pajak merupakan salah satu sektor pembiayaan dalam pelaksanaan pembangunan negara. H.C. Adams (1898:302) mendefinisikan pajak sebagai kontribusi dari warga negara untuk mendukung negara. Hal tersebut juga diperkuat dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Disebutkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Namun dalam mendefinisikan pajak, terdapat perbedaan sudut pandang. Jika perusahaan menganggap pajak adalah beban, maka negara mendefinisikan pajak adalah pungutan wajib. Jika dilihat dari sudut pandang perusahaan, perusahaan akan selalu

menganggap bahwa pajak adalah beban, dikarenakan pajak akan mengurangi jumlah laba bersih, sehingga perusahaan selalu menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin (Astuti dan Aryani, 2017). Maka secara tidak langsung perusahaan akan membuat berbagai strategi untuk meminimalkan setoran pajak kepada pemerintah negara, salah satunya adalah dengan cara melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Strategi ini merupakan strategi yang disahkan oleh negara dikarenakan strategi ini hanya memanfaatkan peraturan perundang-undangan perpajakan, walau pada akhirnya pemerintah merasa keberatan karena tindakan penghindaran pajak dapat merugikan negara.

Bagi negara perusahaan adalah wajib pajak, sehingga negara dapat mengklasifikasikan berbagai variabel yang dapat mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya *tax avoidance* seperti variabel yang diambil untuk penelitian ini. Antara lain adalah ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada ketiga variabel tersebut secara garis besar tentu memiliki pengaruh langsung terhadap pajak, seperti total aset pada ukuran perusahaan, jika semakin besar total aset sebuah perusahaan maka negara akan semakin terpicat untuk melihat kejujuran pajak pada perusahaan tersebut. Untuk Pertumbuhan penjualan dapat diartikan ketika pertumbuhan penjualan meningkat maka laba yang dihasilkan akan bertambah, sehingga hal tersebut mampu menjadi faktor penyebab terjadinya penghindaran pajak (*tax avoidance*). Sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian yang dilakukan oleh Hoi et al (2013) bahwa perusahaan berkegiatan CSR namun tidak bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk melakukan kegiatan penghindaran pajak. Sehingga dari penjelasan sebelumnya dapat diklasifikasikan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*). Penelitian ini dilakukan dengan data yang di ambil melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan fokus penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur, dikarenakan perusahaan manufaktur adalah perusahaan penyumbang pajak penghasilan (PPh) terbesar pada negara, dengan kata lain dapat diartikan bahwa perusahaan sangat tepat untuk dijadikan sebagai objek penelitian, karena dibalik besarnya pajak yang akan dibayarkan maka memungkinkan juga perusahaan untuk melakukan strategi penghindaran pajaknya. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adakah pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur, dengan periode penelitian mulai dari 2017-2021. Penelitian ini memanfaatkan laporan tahunan pada perusahaan sub sektor farmasi yang dilaporkan perusahaan kepada Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen (Management Accounting)

Aktivitas dunia akuntansi memiliki beberapa konsentrasi untuk memperjelas fungsi aktivitas akuntansi, salah satunya adalah konsentrasi pada akuntansi manajemen. Akuntansi manajemen merupakan akuntansi penghubung secara sistematis dalam menyajikan informasi yang berguna serta dapat dipercaya untuk membantu manajemen sebagai final decider atau dengan kata lain sebagai tools of management (Hasnawati, 2020). Pihak manajemen memiliki kewajiban untuk selalu mengambil keputusan, karena hakikat manajemen adalah membuat keputusan, yaitu memilih alternatif terbaik dari berbagai alternatif informasi yang tersedia dan dapat memberi maksimum benefits, keputusan itu meliputi keputusan rutin dan keputusan khusus (Purwanti dan Darsono, 2013:4). Namun menurut Darsono, (2013:4) akuntansi manajemen juga bisa dikatakan sebuah sistem alat, dikarenakan akuntansi manajemen selalu dikaitkan dengan jenis data, jenis data itulah yang dimaksudkan sistem alat.

Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)

Kesejahteraan suatu perusahaan tidak terlepas dari adanya dukungan stakeholder, menurut Ghozali dan Chariri dalam Fryza (2013) perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Menurut Friedman dan Miles dalam Mia (2017) konsep stakeholder pertama kali dikenalkan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963 yang mendefinisikan stakeholder sebagai kelompok-kelompok yang tidak akan ada tanpa dukungan organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori stakeholder ini dapat didefinisikan perusahaan harus bertanggung jawab atau memperhatikan stakeholdernya, terutama dalam mengambil segala keputusan. Stakeholder menurut Sonny Keraf dalam buku Sukrisno dan I Cenik (2009) dalam pengelompokannya dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer yaitu pemangku kepentingan yang berinteraksi secara langsung dengan perusahaan (representatives of a company) sedangkan untuk kelompok sekunder yaitu pemangku kepentingan yang tidak secara langsung berinteraksi dengan perusahaan (suppliers, customers, society, governments, creditors dan shareholders).

Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sebuah teori yang berkaitan dengan nilai sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Muadz dan Darsono (2015) bahwa dasar legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dalam operasi perusahaan. Penjelasan tersebut juga

diperkuat oleh pendapat dari Dowling dan Pfefer (1975) teori legitimasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial, dimana organisasi merupakan bagian dalam lingkungan sosial tersebut. Namun adakalanya aktivitas operasi perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi masyarakat atau legitimacy gap (Ang dan Masella, 2015). Ketika legitimacy gap terjadi pada perusahaan, maka perusahaan akan memiliki potensi besar dalam mendapat tulaian protes dari para stakeholder.

Teori Pensinyalan (Signaling Theory)

Teori Pensinyalan merupakan bahasan mengenai paksaan perusahaan untuk selalu memberikan informasi kepada pihak eksternal (Yetty, 2016). Sinyal yang diberikan antara lain adalah laporan keuangan atau laporan pihak manajemen atas apa yang telah mereka lakukan, hal tersebut dapat diasumsikan bahwa manajemen memiliki informasi tentang nilai, ukuran, penjualan maupun tanggung jawab sosial perusahaan secara akurat yang tidak diketahui oleh pihak eksternal. Namun tidak semua informasi yang diberikan adalah informasi yang akurat, atau akan terjadinya perbedaan informasi (assymetri information) antara pihak manajemen dan stakeholder. Pada dasarnya teori pensinyalan berasal dari pemikiran mengenai istilah assymetri information yang merupakan ketidakseimbangan mengenai segala informasi. (Amroatus, 2018). Walau informasi yang dipublikasikan adalah laporan tahunan yang meliputi informasi keuangan dan informasi non akuntansi atau bisa dikatakan informasi yang tidak berkaitan dengan keuangan, namun tidak menutup kemungkinan bahwa laporan yang dipublikasikan merupakan laporan yang memiliki kredibilitas yang tinggi. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan sebuah persepsi dan kehati-kehatian stakeholder dalam mengambil keputusan atau tindakan atas interpretasi dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (good news) atau sinyal buruk (bad news).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara harfiah menjelaskan mengenai besar kecilnya sebuah perusahaan, penjelasan tersebut diperkuat oleh adanya pendapat dari peneliti. Salah satunya adalah Ngadiman dan Christiany (2014) mereka mengatakan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan adalah sebuah skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat diketahui melalui nilai saham, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva beserta nilai-nilai lainnya. Jasmin (2017) juga mendefinisikan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan kecil dan besar melalui berbagai

cara seperti total aset perusahaan. Sebenarnya ukuran perusahaan pada umumnya diklasifikasikan menjadi 3 kategori, yaitu small firm (perusahaan kecil), medium firm (perusahaan menengah), dan large firm (perusahaan besar). Kreshna dan Kompyurini dalam Indriani (2020) mengatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan lebih menjadi pusat perhatian dan akan menimbulkan berbagai kecenderungan untuk berlaku patuh atau agresif dalam membayar wajib pajaknya.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat didefinisikan sebagai alat untuk menggambarkan seberapa berhasil perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, karena pertumbuhan penjualan adalah perubahan total hasil penjualan perusahaan dari tahun sebelumnya hingga pada tahun berikutnya. Dengan hal ini, pendekatan pertumbuhan penjualan akan dimanfaatkan sebagai penilaian terhadap prospek kerja perusahaan pada masa yang akan datang. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Syafrida dan Hani (2014) pertumbuhan penjualan merupakan komponen untuk menilai prospek perusahaan pada masa yang akan datang dan dalam manajemen keuangan diukur berdasarkan perubahan total pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan juga dapat dikatakan mampu menyebabkan terjadinya penghindaran pajak (tax avoidance), dikarenakan secara tidak langsung pertumbuhan penjualan mencerminkan peningkatan pada laba bersih, sehingga semakin tinggi peningkatan pada laba, tentu akan disertai dengan peningkatan pada beban pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) lebih di kenal dan diperhatikan pada tahun 1950 setelah Howard R. Bowen memberikan pandangannya kedalam buku yang berjudul “Social Responsibilities of The Businessman” yang dianggap sebagai pengukuh terciptanya CSR modern. Bowen (1953:6) mendefinisikan CSR adalah kewajiban pengusaha untuk mengejar kebijakan, dalam membuat keputusan atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan oleh masyarakat dalam hal tujuan dan nilai-nilai. Pada hakikatnya pelaksanaan CSR telah memenuhi kriteria jika yang diungkapkan adalah sejalan dengan peraturan perundang-undangan, seperti ekonomi, hukum, moral dan sosial. CSR disebut memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak kepatuhan pembayaran pajak, Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa perusahaan yang terlibat penghindaran pajak adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial.

Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)

Membayar pajak bukan hanya merupakan kewajiban namun juga merupakan sebuah hak setiap warga negara. Selain itu pembayaran pajak juga harus sesuai dengan falsafah undang-undang perpajakan, dikarenakan pajak merupakan salah satu sumber pembiayaan negara dalam pembangunan nasional. Begitu juga pemungutan pajak, tidak sedikit wajib pajak yang memiliki keinginan untuk meloloskan diri dari kewajiban pajak bayarnya. Biasanya perusahaan akan membuat perencanaan pajak (tax planning). Salah satu kegiatan yang mencerminkan tax planning adalah penghindaran pajak. Secara umum tindakan penghindaran pajak dianggap sebagai tindakan yang legal karena banyak memanfaatkan loopholes yang ada dalam peraturan perpajakan yang berlaku (lawfull) (Santoso dan Ning, 2013).

HIPOTESA PENELITIAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance

Firm size (ukuran perusahaan) memiliki sebuah teori klasifikasi, perusahaan dapat dikatakan besar ketika perusahaan tersebut memiliki kuantitas aset yang cukup besar dengan tingkat penjualan yang tinggi. Ketika perusahaan sudah dikatakan besar maka dalam aktivitasnya juga mengalami peningkatan. Seperti bertambahnya laba dan beban pajak. Sehingga hal tersebut menyebabkan perusahaan melakukan strategi penghindaran pajak yang bertujuan untuk meminimalisirkan beban pajak. Pendapat tersebut juga dikuatkan oleh hasil dari penelitian yang dilakukan Vidayana dan Bella (2017) dengan hasil, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak, karena semakin besar ukuran perusahaan maka cash effective tax rate perusahaan akan semakin besar, terdapat indikasi untuk tingkat penghindaran pajak sangat terpengaruh. Sehingga dari penjelasan sebelumnya dapat di temukan sebuah hipotesis sebagai berikut :

H1 = Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance

Teori dasar dalam pertumbuhan penjualan yaitu didasari oleh perkembangan tingkat penjualan perusahaan dari tahun ke tahun, sehingga hal tersebut dapat mendefinisikan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan sebuah analisis seberapa mampu perusahaan dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaannya. Seperti yang dijelaskan oleh Budiman dan Setiyono (2012) perusahaan yang mengalami penurunan dalam pertumbuhannya maka perusahaan akan mengalami kendala

dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. Jika ditelaah perusahaan yang mengalami pertumbuhan secara signifikan maka perusahaan akan memperoleh proses keuntungan yang lebih tinggi, secara tidak langsung hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah pajak yang akan dibayarkan dan tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan cenderung melakukan kegiatan atau strategi penghindaran pajak. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulia Tungga Dewi Santika (2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Sehingga dari penjelasan sebelumnya dapat di temukan sebuah hipotesis sebagai berikut :

H2 = Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance

Corporate Social Responsibility adalah sebuah komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada stakeholder salah satunya adalah masyarakat serta lingkungan yang terdampak oleh operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Selain *Corporate Social Responsibility* perusahaan juga harus bertanggung jawab atas kewajiban membayar pajaknya kepada pemerintah, hal tersebut juga dikategorikan sebagai salah satu tanggung jawab perusahaan melalui pemerintah kepada masyarakat. Pajak yang harus dibayarkan adalah suka rela, penuh kesadaran, sesuai nominal dan tidak berupaya untuk melakukan agresivitas pajak atau penghindaran pajak (Nur Firdayanti, 2020). Sehingga hal tersebut menimbulkan sebuah asumsi bahwa adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi cenderung akan menimbulkan agresivitas pajak atau strategi penghindaran pajak yang rendah. Menurut Lanis dan Richardson (2012) perusahaan yang terlibat penghindaran pajak adalah perusahaan yang tidak bertanggung jawab sosial. Penjelasan tersebut dikuatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Poltak Teodorus Parhusip dan Mony Florentina Simarmata (2022) bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki hasil positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak.. Sehingga dari penjelasan sebelumnya dapat di temukan sebuah hipotesis sebagai berikut :

H3 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh Seluruh Variabel Independen Terhadap Tax Avoidance

Hipotesa dalam penelitian ini tak lain adalah pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan. Sehingga dapat ditentukan bahwa hipotesanya adalah sebagai berikut :

H4 = Seluruh variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap

variabel dependen yaitu *tax avoidance*.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian adalah berbentuk asosiatif kausalitas, menurut Sugiyono (2012) asosiatif kausalitas adalah sebuah penelitian yang menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dicantumkan peneliti pada penelitian ini adalah 14 perusahaan manufaktur pada sektor barang konsumsi sub sektor farmasi. Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* pada teknik samplingnya. Menurut Budiman dan Setiyono (2012) *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan dalam pengambilan sampel. Adapun kriteria yang telah ditentukan oleh penulis diantaranya adalah : perusahaan masih terdaftar pada BEI hingga saat ini, memiliki laporan keuangan bermata uang rupiah, perusahaan yang melaporkan laporan keuangan dan annual report dan memiliki laporan lengkap sesuai dengan variabel penelitian antara lain total aset, data penjualan, laporan *Corporate Social Responsibility*, pembayaran pajak secara kas, serta laba sebelum pajak bersifat positif agar tidak terjadi distorasi serta $CETR < 1$ dalam perhitungan *tax avoidance*.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Tax Avoidance*”. Studi pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan metode pengumpulan data antara lain: dokumen primer, dokumen sekunder dan studi kepustakaan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi, yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengunduh data prioritas pada *website* 1. yang beroperasi pada tahun 2017-2021 dengan waktu penelitian mulai dari bulan April-Juni 2022.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015) jenis data dibedakan menjadi dua bagian antara lain adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah dua jenis data yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Untuk data kuantitatif yang digunakan untuk penelitian adalah data laporan keuangan perusahaan manufaktur, sedangkan untuk data kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa data laporan tahunan (*annual report*). Sumber data untuk mendapatkan data kualitatif dan kuantitatif yang dibutuhkan untuk penelitian ini semua bersumber pada Bursa Efek Indonesia (BEI) atau data-data tersebut bisa dikatakan data sekunder.

Definisi Variabel dan Definisi Operasional

Variabel Independen

Definisi Variabel Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang dapat mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, pengklasifikasian tersebut berdasarkan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Putu Ayu dan Gerianta, 2018). Namun jika ukuran perusahaan diukur melalui penjualan bisa dikatakan bahwa itu adalah nilai perusahaan, untuk ukuran perusahaan lebih terfokuskan pada kuantitas total aset perusahaan.

Definisi Variabel Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan sebuah dasar analisis dalam menggambarkan baik atau buruknya tingkat pertumbuhan penjualan sebuah perusahaan. Analisis pertumbuhan penjualan dapat dimanfaatkan Perusahaan untuk memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan.

Definisi Variabel *Corporate Social Responsibility*

Komitmen sebuah perusahaan untuk secara sadar dalam mengintegrasikan tanggung jawab atau memberikan perhatian terhadap lingkungan sosial beserta *stakeholdernya*.

Variabel Dependen

Definisi Variabel Tax Avoidance

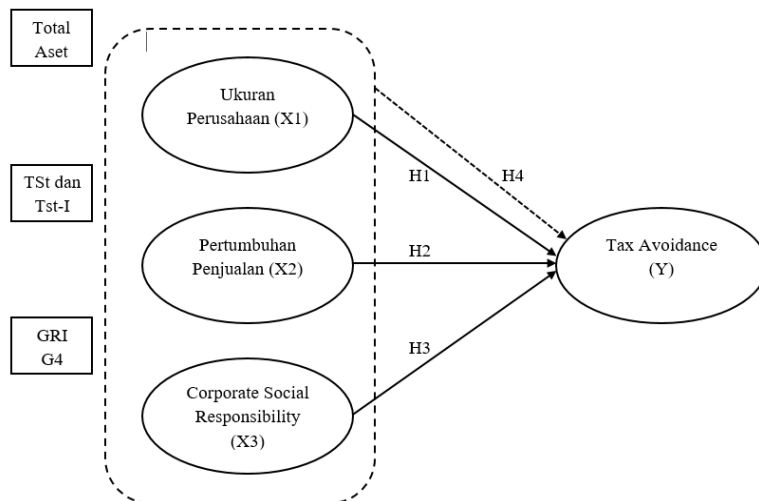
Tax avoidance selalu identik dengan *Cash Effective Tax Rate (CETR)*, yaitu tarif pajak efektif kas dengan membandingkan antara jumlah pembayaran pajak dan laba sebelum pajak.

Operasional

Tabel 3.1 Variabel Independen

Jenis Variabel	Indikator	Skala Ukura n
kuran Perusahaan (X1)	$Size = Ln(Total\ Aset)$ Keterangan : adalah aset yang ditransformasikan kedalam <i>log natural</i> .	Rasio
Pertumbuhan Penjualan (X2)	$Sales\ growth = \frac{TSt - TSt-1}{TSt-1}$ Keterangan : TSt : Total penjualan periode saat ini TSt-1 : Total penjualan periode sebelumnya	Rasio
Corporate Social Responsibility (X3)	$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$ Keterangan : CSRI _i : Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan Perusahaan i. $\sum X_{yi}$: 1 = jika indikator y di ungkapkan; 0 = jika tidak diungkapkan. n_i : Jumlah indikator untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$.	Rasio
Tax Avoidance (Y)	$CETR = \frac{Pembayaran\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$	Rasio

Kerangka Konseptual



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parsial berfungsi untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara per variabel. Untuk melihat hasil dan interpretasi uji signifikansi parsial akan di sajikan sebagaimana mestinya sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Analisis Statistik T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.352	.641		-.548	.589		
Ukuran Perusahaan	.038	.022	.303	1.719	.100	.961	1.041
Pertumbuhan Penjualan	.305	.139	.391	2.205	.039	.950	1.052
Corporate Social Responsibility	-1.783	.651	-.479	-2.740	.012	.980	1.020

Sumber: Output SPSS Versi 25 (Diolah Pada 18 Mei 2022)

Dalam uji statistik t terdapat dua cara untuk menginterpretasikan hasil perhitungan. Pertama, dengan cara melihat nilai sig. pada setiap variabel independen, jika nilai sig. > .05 dapat diartikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, namun jika sebaliknya sig. < .05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kedua, dengan menggunakan perspektif nilai hitung dan nilai tabel, jika t-hitung > t-tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, jika sebaliknya t-hitung < t-tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Namun pada penelitian ini untuk menginterpretasikan hasil hitung pada tabel 4.6 menggunakan perspektif nilai hitung. Maka interpretasi dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel ukuran perusahaan memiliki hasil t-hitung 1.719 dengan t-tabel sebesar 2.080 (t-hitung < t-tabel). Jadi dapat diinterpretasikan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Namun bukan berarti bahwa variabel

ukuran perusahaan tidak berpengaruh sama sekali, melainkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang tidak berarti dikarenakan efeknya pada penyebab dari *tax avoidance*.

2. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki hasil t-hitung 2.205 dengan t-tabel sebesar 2.080 (t-hitung > t-tabel). Jadi dapat diinterpretasikan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance*. Sehingga semakin besar pertumbuhan penjualan akan meningkatkan penyebab terjadinya *tax avoidance*.
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki hasil t-hitung -2.740 dengan t-tabel sebesar 2.080 (t-hitung > t-tabel). Jadi dapat diinterpretasikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap *tax avoidance*. Berbeda dengan berpengaruh positif, jika pengaruh nya adalah negatif maka akan menimbulkan keterbalikkan. Jika pengungkapan CSR semakin kecil maka *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan akan semakin besar.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan simultan berfungsi untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Untuk melihat hasil dan interpretasi uji signifikansi simultan akan disajikan sebagaimana mestinya sebagai berikut:

Tabel 4.2 Analisis Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.330	3	.110	4.135	.019 ^b
	Residual	.558	21	.027		
	Total	.888	24			

Sumber: Output SPSS Versi 25 (Diolah Pada 18 Mei 2022)

Pada analisis statistik f atau uji signifikansi simultan memiliki dua cara dalam menginterpretasikan hasil hitung nya. . Pertama, dengan cara melihat nilai sig. pada setiap variabel independen, jika nilai sig. < .05 dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, namun jika sebaliknya sig. > .05 maka seluruh variabel independen bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kedua, dengan menggunakan perspektif nilai hitung dan nilai tabel, jika f-hitung > f-tabel maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, jika sebaliknya $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$ maka seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun pada penelitian ini untuk menginterpretasikan hasil hitung pada tabel 4.6 menggunakan perspektif nilai hitung. Maka interpretasi dapat di lihat sebagai berikut:

Jika dilihat $f\text{-hitung}$ pada tabel 4.6 sebesar 4.135 dengan $f\text{-tabel}$ adalah 3.05 ($f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$). Maka dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengukuran terhadap pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Avoidance* dalam Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang diambil dalam penelitian ini ada sebanyak 5 Perusahaan pada masa periode 2017 –2021. Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa :

1. Secara parsial variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi.
2. Secara parsial variabel Pertumbuhan Penjualan menunjukkan hasil berpengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi.
3. Secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* menunjukkan hasil berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi.
4. Secara simultan dikatakan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi.

Saran

Terlepas dari segala keterbatasan serta kesimpulan yang ada pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi berbagai pihak. Saran yang perlu diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Agar dalam penelitian selanjutnya lebih berhati-hati dalam memilih sampel, karena tidak semua sampel memiliki data yang diharapkan oleh peneliti. Hal tersebut juga untuk

mengurangi ketidakefisienan dalam melakukan penelitian mulai dari tabulasi data hingga analisis data.

2. Menambahkan sektor penelitian yang jarang diteliti agar memunculkan kebaruan tidak hanya regenerasi penelitian dengan judul yang telah ada sebelum-sebelumnya.
3. Diharapkan judul penelitian memiliki sebuah fenomena yang sedang terjadi.
4. Perusahaan yang telah mendapatkan informasi melalui penelitian ini diharapkan agar lebih berhati-hati dalam melakukan penghindaran pajaknya, dikarenakan pada penelitian ini telah menunjukkan beberapa variabel yang dapat menyebabkan *tax avoidance*, sehingga hal tersebut relatif membuat pemerintah atau dirjen pajak mewaspadai faktor-faktor yang menyebabkan penghindaran pajak pada variabel-variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. P., & Aryani, Y. A. (2017). Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2001-2014. *Jurnal Akuntansi*, 20(3), 375–388. HYPERLINK "<https://doi.org/10.24912/ja.v20i3.4>" <https://doi.org/10.24912/ja.v20i3.4> .
- Bowen H.R. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper and Row:New York.
- Budiman, Judi & Setiyono. 2011. Pengaruh Karakter Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak (Tax effience). *Jurnal Dalam. Sna.Akuntansi.Unikal&.Ac.Id/Makalah/092-PPJK-29.Pdf*.
- Dewi, H. K. (2019, Mei 08). *Tax Justice Laporkan Bentoel Lakukan Penghindaran Pajak, Indonesia Rugi US\$ 14 Juta*. Retrieved from Kontan.co.id: HYPERLINK "<https://nasional.kontan.co.id/news/tax-justice-laporkan-bentoel-lakukan-penghindaran-pajak-indonesia-rugi-rp-14-juta>" <https://nasional.kontan.co.id/news/tax-justice-laporkan-bentoel-lakukan-penghindaran-pajak-indonesia-rugi-rp-14-juta> .
- Dowling, J., & Pfefer, J. (1975). *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior*. *Pacific Sociological Review*.
- Endarwati, O. (2018, January 11). *Industrial Manufaktur Penyumbang Pajak Terbesar*. Retrieved from Kementrian Perindustrian Indonesia: <https://kem>.
- Fairuza, M. (2017). Kolaborasi Antar Stakeholder Dalam Pembangunan Inklusif Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Unair*.
- Fryza A. Prasetyowati, “Peran Corporate Social Responsibility sebagai Mediasi Variabel dari Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” Fakultas Ekonomi dan

- Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, 2013, hal. 5.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hani, Syafrida dan Dilla Ainur Rahmi, Analisis Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Pendanaan Eksternal, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol. 14, No. 1, 2014.
- Hasnawati. (2020). Pengaruh Akuntansi Manajemen Terhadap Pengambilan Keputusan Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Bulukumba. *Skripsi*, 8.
- Hoi, Chun-Keung (Stan), Wu, Qiang, & Zhang, Hao. (2013). Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities. *The Accounting Review*.
- Indonesia. Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas, UU No. 40 tahun 2007, LN No. 106 Tahun 2007, TLN No. 4756.
- Indirani, dkk. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak. *Skripsi*, 9.
- Suandy, Early. 2016. *Hukum Pajak*, Edisi 7. Jakarta : Salemba Empat.
- Jasmine, U. (2017). Pengaruh Lverage, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. *JOM Fekon* Vol.4 No.1.
- Lanis, R., dan Richardson, G. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness : an Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. pp. 86-108.
- Lestari, M. Y. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Real Estate dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*.
- Lindawati, A. S., & Puspita, M. E. (2015). Coporate Social Responsilibity: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Murni, Y. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perbankan Di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*.

- Muzakki, M. R., & Darsono. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *e-jurnal akuntansi undip*.
- Ngadiman, & Puspitasari, C. (2014). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Jurnal Akuntansi*.
- Prawironegoro, Darsono., & Ari Purwanti. 2013. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putri, C. R., & Putri, M. A. (2017). Pengaruh Karakteristik Eksekutif, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Tax Avoidance Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Pandanaran Semarang* 2 (2), 21 – 31.
- Putri, V. R., dan B. I. Putra. 2017. "Pengaruh Leverage, Profitability, Ukuran Perusahaan Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance". *Jurnal Manajemen Daya Saing*, Vol. 19, No. 1, hlm: 1-11.
- Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga.
- Sadiah, Halimatus dan Maswar Patuh Priyadi. 2015. Pengaruh Leverage, Likuiditas, Size, Pertumbuhan Laba dan IOS terhadap Kualitas Laba. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 5 (2015).
- Santoso, Iman dan Ning Rahayu. 2013. Corporate Tax Management. Jakarta : Observation & Research of Taxation (Ortax).
- Sari, Gusti Maya. 2014. Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal dan Struktur Kepemilikan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2012). *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang*. Vol. 2, No. 3.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sukrisno Agoes dan I Cenik A., Etika Bisnis dan Profesi, Salemba Empat, Jakarta, 2009.
- Susanto, Y.K., dan Tarigan, J. (2013). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Business Accounting Review*, Vol. 1.

- Sitompul, M. S. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Kompensasi Eksekutif, dan Political Cost Terhadap Praktik Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Perbankan. *Skripsi*.
- Titi.2011. Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol.13 No.1.STIE Trisakti*.
- Titisani, K.H., dan Mahanani, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi* 7(2).
- Widiyowati, S. I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak. *Skripsi*, 2
- World Business Council for Sustainable Development 2002, Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey, pp. 1. Retrieved mei, 2015, from <http://www.wbcsd.org>.