

PENGARUH POLITICAL CONNECTION, COMPENSATION EXECUTIVE, DAN SALES GROWTH TERHADAP TAX MANAGEMENT PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDONESIA STOCK EXCHANGE

Oleh:
Yohanes Mardinata Rusli

*Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Jakarta
Jl. Lodan Raya No.12, RT.9/RW.2, Ancol, Kec. Pademangan, Kota Jkt Utara,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14430
Telp.021-6929090; Fax.021-6909712*

Email: yrusli@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Tujuan utama dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar manajemen perpajakan yang dilakukan oleh perusahaan didalam melakukan perencanaan perpajakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *political connection*, *compensation executive*, dan *sales growth* terhadap *tax management*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan go publik yang bukan sektor keuangan. Metodologi di dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling melalui kriteria-kriteria yang telah ditentukan, dan diperoleh 18 perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan untuk periode pelaporan 2015-2018. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuantitatif dari sumber sekunder dari laporan tahunan perusahaan yang akan dipelajari. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data panel. Berdasarkan hasil pengujian yang menggunakan regresi linier berganda untuk data panel penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) *political connection* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *tax management*; (2) *compensation executive* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*; (3) *sales growth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*.

Kata Kunci: *political connection, compensation executive, sales growth, tax management.*

ABSTRACT

The main purpose of this research is to find out how much tax management is carried out by companies in carrying out tax planning. This study aims to determine and analyze the influence of political connections, compensation executives, and sales growth on tax management. The population in this study is publicly traded companies that are not in the financial sector. The methodology in this study uses a purposive sampling method through predetermined criteria, and obtained 18 companies that are sampled in this study. The data used are secondary data in the form of company annual reports for the 2015-2018 reporting period. Data is collected using quantitative techniques from secondary sources from the company's annual report to be studied. In this study, researchers used panel data analysis. Based on the test results using multiple linear regression for panel research data, it can be concluded that: (1) political connections do not have a significant effect on tax

management; (2) compensation executive has no significant effect on tax management; (3) sales growth has a significant effect on tax management.

Keywords: *political connection, compensation executive, sales growth, tax management.*

PENDAHULUAN

Bagi sebuah negara, pajak merupakan salah satu sumber penerimaan penting yang akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan. Sebaliknya, bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba sebelum pajak. Dengan demikian, perusahaan sering kali berupaya untuk melakukan pembayaran pajak seminimal mungkin. Pajak wajib dibayarkan oleh wajib pajak, baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan. Semakin besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan maka semakin besar pula penerimaan negara dari sektor pajak. Berbeda dengan negara, bagi perusahaan pajak merupakan item pengeluaran yang berdampak terhadap laba yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan misalnya adalah keputusan ekspansi, investasi, dan transaksi-transaksi lain yang juga mempengaruhi tanggungan beban perpajakan perusahaan (Lestari & Putri, 2017).

Dalam tujuh tahun terakhir realisasi penerimaan negara dari sektor pajak tidak mencapai target yang ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) ataupun Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Perubahan (APBN-P). Pada tahun 2011 realisasi penerimaan perpajakan mencapai 96% dan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2015 hanya dapat mencapai 82% dari target APBN-P. Pada tahun 2016, mengalami kenaikan menjadi 83% namun tidak signifikan. Tahun 2017 meski juga mengalami kenaikan menjadi 91% namun hal ini juga belum mencapai target. Salah

satu penyebab tidak tercapainya penerimaan pajak adalah tingkat kepatuhan wajib pajak yang masih rendah. Tingkat kepatuhan wajib pajak yang masih rendah terjadi karena adanya wajib pajak yang belum membayar kewajiban perpajakannya dan adanya wajib pajak yang membayar pajak lebih kecil nilainya dari yang seharusnya dibayar. Hal ini dapat terindikasi dari Tax ratio Indonesia yang hanya berkisar 10,70%, paling rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya.

Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang harus ditanggung dan mengurangi laba bersih yang diterima perusahaan. Tujuan pemerintah memaksimalkan penerimaan dari sektor pajak bertentangan dengan tujuan dari perusahaan sebagai wajib pajak, dimana perusahaan berusaha meminimalkan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh laba yang maksimal sehingga dapat memberikan pertanggungjawaban kepada pemilik atau pemegang saham dan dalam melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan (Yoehana & Mareta, 2013).

Management pajak adalah tindakan manajemen pajak perusahaan untuk menurunkan penghasilan kena pajak melalui perencanaan pajak, baik yang berhubungan dengan *tax evasion* maupun tidak (Ariyani & Harto, 2014). Ariyani dan Harto (2014) mendefinisikan *tax evasion* (penggelapan pajak) sebagai penghindaran pajak dengan melanggar ketentuan peraturan perpajakan. Keputusan tindakan agresivitas pajak dilakukan oleh manajemen sehingga dikhawatirkan akan membuka peluang bagi manajemen untuk bersikap oportunistis dengan melakukan tindakan agresivitas pajak tanpa memperhatikan keberlangsungan jangka panjang

perusahaan seperti yang diharapkan oleh para pemegang saham (Hanafi dan Harto, 2014).

Manajemen pajak (*Tax Management*) yang dilakukan oleh perusahaan bukan merupakan suatu kebetulan. Keputusan untuk melakukan penghindaran merupakan hasil kebijakan perusahaan. Secara langsung, individu yang terlibat dalam pembuatan keputusan pajak adalah direktur pajak dan juga konsultan pajak perusahaan. Namun eksekutif (direktur utama atau presiden direktur) sebagai pimpinan perusahaan secara langsung ataupun tidak langsung juga memiliki pengaruh terhadap segala keputusan yang terjadi dalam perusahaan, termasuk keputusan penghindaran pajak perusahaan (Hanafi dan Harto, 2014).

Penelitian ini mengadopsi dan menggabungkan dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian Halioui, Neifar & Abdelaziz (2016) dan penelitian Hanafi & Harto (2014). Penelitian terdahulu tersebut menguji pengaruh kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak, dan hasilnya menunjukkan bahwa kompensasi eksekutif memiliki pengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, menunjukkan bahwa semakin tinggi kompensasi eksekutif, semakin rendah tingkat agresivitas pajak. Menurut penelitian Hanafi & Harto (2014) yang melakukan penelitian di Indonesia menemukan kompensasi eksekutif yang berpengaruh negatif terhadap CETR mengindikasikan bahwa tingginya kompensasi eksekutif akan meningkatkan penghindaran pajak perusahaan yang merupakan salah satu dari tindakan manajemen perpajakan perusahaannya.

Political Connection dapat memungkinkan akan berdampak terhadap tindakan penghindaran pajak melalui manajemen perpajakan (*tax management*) yang sebagaimana besar jarang diketemukan dalam literatur akademis. Perusahaan yang melakukan koneksi politik, pada umumnya seringkali melakukan tindakan agresivitas pajak yang merupakan

tindakan dari bagian mememanajemenkan perpajakan perusahaannya. *Tax Management* yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan agar memiliki resiko deteksi yang lebih rendah karena politisi juga memberikan perlindungan terhadap perusahaan yang terhubung dengannya agar resiko penghindaran pajaknya bisa lebih rendah.

Perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih baik mengenai perubahan peraturan perpajakan dimasa yang akan datang. Dampak yang dirasakan pula adalah rendahnya tekanan dari pasar modal untuk melakukan transparansi serta berpotensi menurunkan biaya politik terkait kegiatan perencanaan pajak melalui agresivitas pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kim & Zhang (2016), *political connection* juga dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk mendapatkan akses atau *networking* ke pemerintah pusat

Direktorat Jenderal Pajak mengapresiasi setoran pajak yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan BUMN dengan memberikan penghargaan bagi BUMN pembayar pajak terbesar. Hal ini tentu juga menjadi citra yang positif bagi para pejabat di suatu BUMN yang semakin menguatkan koneksi politiknya. Namun terdapat perbedaan hasil dalam beberapa penelitian terdahulu, dalam penelitian yang dilakukan Wicaksono (2017) menghasilkan bahwa koneksi politik berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Penjualan (*sales*) perusahaan memiliki pengaruh yang strategis terhadap perusahaan, karena penjualan yang dilakukan oleh perusahaan harus didukung dengan harta ataupun aset, bila penjualan ditingkatkan maka aset pun harus ditambah (Dewinta & Setiawan, 2016), sehingga perusahaan akan mengoptimalkan dengan baik sumber daya yang ada dengan melihat penjualan dari tahun sebelumnya.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki peranan yang penting

dalam manajemen modal kerja bagi perusahaan pada periode bisnisnya. Penelitian ini menggunakan pengukuran pertumbuhan penjualan karena dapat menggambarkan baik atau buruknya tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) bagi perusahaan. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan. Peningkatan pertumbuhan penjualan cenderung akan membuat perusahaan mendapatkan profit yang besar, maka dari itu perusahaan akan cenderung untuk melakukan praktik *tax management*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agency

Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Teori Agensi menjelaskan adanya hubungan keagenan atau kontrak kerja yang melibatkan antara dua pihak. Kontrak kerja terjalin antara pihak prinsipal dengan pihak agen. Si agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal; prinsipal menutup kontrak untuk memberikan imbalan pada agen (Widayuni & Harto, 2014).

Pihak agensi yang dimaksud adalah manajemen perusahaan, sedangkan pihak prinsipal yaitu para pemegang saham. Jadi, Teori Agensi membicarakan tentang masalah hubungan antara manajemen perusahaan dengan para pemegang saham. Hubungan antara keduanya sering bermasalah karena perbedaan kepentingan, dan juga sifat dasar manusia (*self interest*, *bounded rationality*, *risk averse*) sehingga menimbulkan konflik. Hubungan antara agen dan prinsipal dapat mengarah pada kondisi informasi yang tidak seimbang (*asimetri informasi*).

Asimetri informasi timbul karena agen berada dalam posisi mengetahui informasi perusahaan yang lebih banyak dibandingkan dengan prinsipal. Selain itu

asimetri juga timbul apabila pemilik perusahaan tidak dapat mengawasi semua kegiatan manajernya. Menurut Scott (2000) ada dua macam asimetri informasi yang dapat timbul dari teori agensi yaitu :

1) Adverse Selection

Mengungkapkan bahwa adanya ketidak seimbangan informasi yang terjadi antara kedua belah pihak, yang dalam hal ini merupakan para manajer dengan para pemegang saham dan *bondholder*.

2) Moral Hazard

Merupakan penyelewengan yang dilakukan oleh pihak agen atau para manajer yang tidak sesuai dengan kontrak yang telah dijanjikan, itu dapat terjadi karena kegiatan yang dilakukan oleh para manajer tidak selalu diketahui oleh para pemegang saham maupun kreditur sehingga memungkinkan agen untuk melakukan hal yang tidak seharusnya.

Modern Corporation Theory

Menurut Berle and Means (1932), *modern corporation theory* menyatakan bahwa perusahaan merupakan suatu kumpulan dari orang-orang (*stakeholders*) yaitu pemilik, manajemen, pemasok, pemerintah dan konsumen yang bersinergi dalam mencapai suatu tujuan. Perusahaan tidak akan dapat beroperasi jika tidak memiliki *stakeholders* secara lengkap karena masing-masing *stakeholder* mempunyai fungsi yang berbeda. Perusahaan harus dapat meningkatkan kemakmuran *stakeholders* agar perusahaan tersebut tetap bertahan. Sehingga perusahaan dituntut untuk beroperasi secara efisien. Perusahaan dalam menjalankan efisiensi operasi harus melakukan spesialisasi yaitu pemisahan antara pemilik dan pengelola dalam hal pemisahan fungsi aktivitas pengelolaan dengan aktivitas pengendalian. Hal ini bertujuan agar masing-masing fungsi *stakeholders* dapat mempertanggungjawabkan tugas dan kewajibannya dan tidak terdapat tumpang

tindih antara fungsi aktivitas pengelola dengan pengendalian. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat beroperasi dengan efektif dan efisien yang akhirnya dapat meningkatkan tujuan perusahaan dengan optimal dan meningkatkan nilai perusahaan.

Tax Management

Tax management merupakan isu terkini yang sedang hangat dibicarakan di kalangan perusahaan Indonesia saat ini. Memanajemen perpajakan (*tax management*) dapat terjadi hampir di semua perusahaan besar maupun kecil di seluruh dunia. Tindakan *tax management* dapat dilakukan dengan tujuan meminimalkan besarnya nilai biaya pajak dari biaya pajak yang telah diperkirakan, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa perusahaan melakukan usaha untuk mengurangi biaya pajak bagi perusahaan.

Adapun tindakan perencanaan pajak yang diambil tidak menyalahi peraturan yang ada (*legal policy*), tetapi semakin perusahaan mengambil langkah penghindaran pajak dengan memanfaatkan celah-celah dari peraturan yang ada maka tindakan tersebut akan di nilai semakin agresif (Fahriani, 2016). Keagresivitasan sebuah perusahaan di dalam memanfaatkan celah-celah perpajakan tersebut merupakan salah satu cara manajemen perusahaan melakukan manajemen perpajakannya di dalam kebijakan di dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Tax management merupakan suatu tindakan yang dilakukan dengan cara meminimalisasi jumlah penghasilan yang kena pajak bagi perusahaan, merupakan hal yang sering terjadi pada perusahaan-perusahaan besar untuk belakangan ini. Menurut Hanik & Nur (2016) *tax management* merupakan suatu kegiatan perencanaan pajak (*tax planning*) untuk perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif (*effective tax rate*).

Political Connection

Koneksi politik (*political connection*) merupakan suatu kondisi di mana terjalin suatu hubungan antara pihak tertentu dengan pihak yang memiliki kepentingan dalam politik yang digunakan untuk mencapai suatu hal tertentu yang dapat menguntungkan kedua belah pihak (Purwanti & Sugiyarti, 2017). Perusahaan yang melakukan koneksi politik adalah perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan pemerintah (Pranoto & Widagdo, 2016).

Hubungan istimewa dengan pemerintah dapat diartikan sebagai perusahaan milik pemerintah, bisa dalam berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ataupun Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Hubungan istimewa antara pemilik perusahaan dengan pemerintah tentunya pemilik perusahaan adalah tokoh politik yang terkemuka yang dimana merupakan anggota dewan baik itu di pemerintahan pusat maupun daerah ataupun sebagai anggota partai politik (Gomez, 2009) dalam (Pranoto & Widagdo, 2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017), perusahaan yang melakukan tindakan koneksi politik (*political connection*), pada umumnya seringkali melakukan tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut dilakukan perusahaan tersebut agar memiliki resiko deteksi yang lebih rendah karena politisi juga memberikan perlindungan terhadap perusahaan yang terhubung denganya agar resiko penghindaran pajaknya bisa lebih rendah. Kemudian perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih baik mengenai perubahan peraturan perpajakan dimasa yang akan datang. Dampak yang dirasakan pula adalah rendahnya tekanan dari pasar modal untuk melakukan transparansi serta berpotensi menurunkan biaya politik terkait kegiatan perencanaan pajak melalui agresivitas pajak. Tidak hanya itu, bahwa koneksi politik juga bermanfaat bagi perusahaan untuk

mendapatkan akses ke pemerintah pusat (Kim & Zhang, 2016). Namun dalam peraturan Menteri Keuangan Nomor 71/PMK.03/2010 BUMN dan BUMD justru dikategorikan sebagai pengusaha kena pajak berisiko rendah.

Executive Compentasion

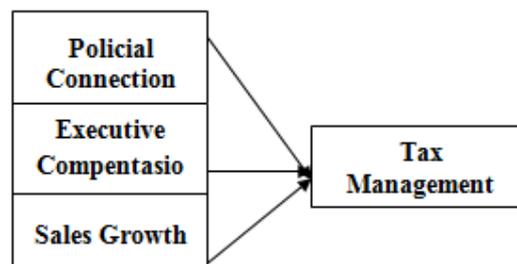
Kompensasi (*compentasion*) merupakan sebagai suatu bentuk imbalan jasa yang diberikan kepada karyawan sebagai bentuk penghargaan terhadap kontribusi dan pekerjaan mereka kepada perusahaan, dimana penghargaan tersebut dapat berupa finansial yang langsung maupun tidak langsung, serta penghargaan tersebut dapat pula bersifat tidak langsung (Yusuf & Burhanuddin, 2015). Tindakan eksekutif sebagai penentu keputusan akan mempertimbangkan berbagai aspek. Dampak dari tindakan tersebut juga dianalisis secara akurat supaya keputusan yang diambil merupakan keputusan terbaik yang memiliki dampak negatif paling kecil.

Preferensi risiko manajemen merupakan konsekuensi yang akan dimiliki eksekutif sebagai akibat tindakan yang diambilnya. Teori tindakan beralasan merupakan dasar eksekutif dalam membuat keputusan, termasuk penghindaran pajak. Teori kepatuhan pajak menyatakan bahwa pada dasarnya tidak ada wajib pajak yang secara sukarela bersedia membayar pajak. Individu akan melaksanakan sesuatu jika ia juga mendapatkan keuntungan dari tindakan tersebut. Berdasarkan hal tersebut, eksekutif sebagai pemimpin operasional perusahaan akan bersedia membuat kebijakan penghindaran pajak hanya jika ia juga mendapatkan keuntungan dari tindakan tersebut. Untuk itu kompensasi tinggi kepada eksekutif adalah salah satu cara terbaik sebagai upaya pelaksanaan efisiensi pajak perusahaan. Hal tersebut karena eksekutif akan merasa diuntungkan dengan menerima kompensasi yang lebih tinggi sehingga ia akan meningkatkan kinerja

perusahaan lebih baik lagi. Kinerja tersebut salah satunya melalui upaya efisiensi pembayaran pajak.

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan salah satu indicator untuk mengukur keberhasilan investasi atau pencapaian periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat (2018), bahwa perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) perusahaan dapat dilihat dari peluang bisnis yang tersedia dipasar yang harus diambil oleh perusahaan. Menurut Hidayat (2018), pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan rasio antara penjualan tahun sekarang di kurangi penjualan tahun kemarin dan di bagi penjualan tahun kemarin.



Gambar 1
Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan paparan di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Political Connection* mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Tax Management*.

H₂: *Executive Compentasion* mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Tax Management*

H₃: *Sales Growth* mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Tax Management*

METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX-Indonesia Stock Exchange) periode 2014-2017. Dalam tahapan pengolahan data dan uji hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program berupa Microsoft Office dan Eviews versi 9 dimana program komputerisasi tersebut berfungsi sebagai alat bantu statistik, sehingga memudahkan penelitian ini untuk menafsirkan data mentah yang diperoleh. dari data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan.

Pengembangan Instrumen Penelitian Definisi Operationalisasi Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel dependen (Sujarweni, 2015). Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sujarweni, 2015). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Political Connection*, *Executive Compensation*, dan *Sales Growth*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Tax Management*.

Tax Management

Variabel *Tax Management* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Effective tax rate* (ETR). (ETR) merupakan tarif yang sesungguhnya berlaku atas penghasilan wajib pajak perusahaan dan berlaku pada industri yang bervariasi McIntyre & Nguyen (2000) dalam Wicaksono (2017).

$$ETR = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Pretax Income}}$$

Salah satu cara untuk mengukur dan melihat seberapa baik sebuah perusahaan mengelola pajaknya adalah dengan melihat tarif pajak efektifnya (ETR). Besarnya beban pajak dihitung dari dasar pengenaan pajak (DPP) dikalikan dengan tarif pajak yang berlaku. Tarif pajak yang berlaku adalah tarif pajak yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam aturan perpajakan (Kiswanto, et al., 2014)

Political Connection

Perusahaan yang memiliki koneksi politik adalah perusahaan yang dengan cara-cara tertentu mempunyai ikatan secara politik atau mengusahakan adanya kedekatan dengan politisi atau pemerintah (Wicaksono, 2017). Penelitian tersebut, menilai ada tidaknya koneksi politik suatu perusahaan menggunakan proksi ada atau tidaknya kepemilikan langsung yang dimiliki oleh pemerintah pada perusahaan. Perusahaan yang dimiliki pemerintah dapat diketahui dengan melihat kepemilikan saham mayoritas yang dimiliki oleh pemerintah. Koneksi politik diukur dengan variabel *dummy*. Variabel *dummy* adalah variabel buatan atau variabel boneka yang dibuat untuk mengkuantitatifkan data kualitatif dengan memberi kode 0 (nol) atau 1 (satu) (Utama, 2007:97) dalam (wicaksono, 2017). Variabel koneksi politik diukur dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mayoritas pemegang sahamnya adalah pemerintah (BUMN) dan 0 jika tidak ada kepemilikan pemerintah.

Executive Compensation

Variabel kompensasi eksekutif adalah total kompensasi yang diberikan perusahaan kepada eksekutif (komisaris dan direksi). Perhitungan kompensasi didapat dilihat dari logaritma natural

jumlah kompensasi yang diberikan kepada eksekutif perusahaan

Executive Compensation = ln (jumlah kompensasi eksekutif)

Sales Growth

Hidayat (2018) mengatakan pertumbuhan Penjualan adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan (*growth sales*) dari periode ke periode berikutnya. Penelitian ini menggunakan variabel pertumbuhan penjualan karena dapat menggambarkan baik atau buruknya tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan.

$$\text{Growth sales} = \frac{\text{Sales.t} - \text{sales.t-1}}{\text{sales.t-1}}$$

Teknik Analisis Data

Tahapan Pengolahan Data

Penulis melakukan tabulasi dengan menggunakan Microsoft Excel 2007 yang bertujuan untuk menginput dan menghitung variabel-variabel independen, dependen. Setelah selesai melakukan tabulasi data, penulis melakukan analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik pada model regresi serta pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan *software* EVIEWS versi 10.00 untuk mengelolah data kuantitatif yang telah terkumpul. Dalam pengolahan data menggunakan EVIEWS terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan dalam penerapan penelitian ini yang merupakan data panel. Untuk menentukan atau pemilihan model secara *valid*, maka dapat dilakukan tiga tahap uji dalam memutuskan metode mana yang paling tepat untuk digunakan. Uji ini dilakukan agar pendekatan yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian dan cocok dengan karakteristik data yang digunakan, sehingga proses estimasi dapat memberikan hasil yang lebih tepat.

Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015), dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah sumber data telah terkumpul. Penelitian kuantitatif menggunakan statistik untuk menganalisis data. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif sehingga diperlukan pengujian untuk menguji hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penyajian Data

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Non Probability Sampling yaitu meliputi Purposive Sampling. Berikut adalah tabel pemilihan sampel dengan metode Purposive Sampling:

Tabel 1
Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan publik sektor non keuangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2014 sampai dengan 2017 yang tergolong sektor yang sama dengan perusahaan BUMN	137
2	Perusahaan publik sektor non keuangan tergolong sektor yang sama dengan perusahaan BUMN tidak memiliki data yang dibutuhkan secara lengkap selama 2014 sampai dengan 2017	(50)
3.	Perusahaan publik sektor non keuangan tergolong sektor yang sama dengan perusahaan BUMN yang tidak menggunakan mata uang rupiah sebagai mata uang dalam	(17)

	laporan keuangannya	
4.	Perusahaan publik sektor non keuangan tergolong sektor yang sama dengan perusahaan BUMN yang mengalami kerugian selama periode pengamatan	(52)
	Total perusahaan yang menjadi sampel	18
	Total sampel terpilih (18 x 4)	72

Sumber: Data diolah (2020)

Analisis Data dan Interpretasi

Setelah menyajikan data penelitian, kemudian tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah menganalisis dan menginterpretasikan data dengan menggunakan metode analisis yang telah dipilih.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 1 terdapat sebanyak 18 perusahaan publik sektor non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan yang dilakukan peneliti dengan menggunakan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh auditor independen pada tahun 2014-2017. Maka dari itu diperoleh total data sebanyak 120 sampel data laporan keuangan tahunan perusahaan publik sektor non keuangan yang terdaftar di (BEI). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis statistik.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	0.227691	0.045833	23.71073	0.114256
Median	0.247708	0.000000	23.61973	0.085513
Maximum	0.489268	1.000000	26.18498	0.900634
Minimum	0.007289	0.000000	20.92613	-0.299002
Std. Dev.	0.111539	0.123263	1.008503	0.206508
Skewness	-0.407436	6.571650	-0.410360	1.236132
Kurtosis	2.983858	51.31006	4.351168	5.836217
Jarque-Bera	1.992829	7519.824	7.497717	42.46866
Probability	0.369201	0.000000	0.023545	0.000000
Sum	16.39377	3.300000	1707.173	8.226458
Sum Sq. Dev.	0.883310	1.078750	72.21252	3.027826
Observations	72	72	72	72

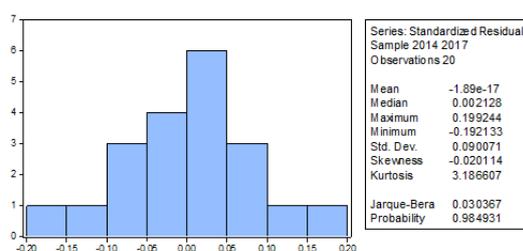
Sumber: Hasil pengolahan EViews 9 (2020)

Uji Asumsi Klasik

Setelah dilakukan penaksiran model, maka model yang lebih tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM). Kemudian setelah didapat model yang tepat, dilakukan uji asumsi klasik atas model yang terpilih. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam proses regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan bantuan aplikasi Eviews 9.



Gambar 2
Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan bantuan *Eviews* 9, diketahui nilai *probability* sebesar 0,984931 atau lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas dilakukan dengan bantuan aplikasi *Eviews* 9. Berikut adalah hasil dari uji multikolinieritas :

Tabel 3
Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.152002	0.508073
X2	0.152002	1.000000	0.042020
X3	0.508073	0.042020	1.000000

Sumber : data olahan *Eviews* 9 (2020)

Berdasarkan tabel diatas, koefisien antar variabel bebas lebih kecil dari 0,85. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *white*. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas white

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.118483	Prob. F(3,68)	0.3478
Obs*R-squared	3.385758	Prob. Chi-Square(3)	0.3359
Scaled explained SS	3.330313	Prob. Chi-Square(3)	0.3434

Sumber : data olahan *Eviews* 9 (2020)

Dari tabel 4 menunjukkan bahwa uji *white* menunjukkan bahwa probabilitas chi – Square bernilai 0,3359 atau diatas tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi *white* tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan periode t-1 (sebelumnya). Pada penelitian ini pengujian autokorelasi meliat dari *durbin watson*. Berikut adalah hasil uji autokorelasi :

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.103890	Mean dependent var	0.097498
Adjusted R-squared	0.064356	S.D. dependent var	0.080445
S.E. of regression	0.077813	Sum squared resid	0.411735
F-statistic	2.627858	Durbin-Watson stat	1.944611
Prob(F-statistic)	0.057223		

Sumber : data olahan *Eviews* 9 (2020)

Dari hasil pengujian autokorelasi maka dapat memperoleh $d_L = 1,0616$ dan nilai $d_U = 1,7610$ yang diperoleh dari tabel *durbin watson*. Hasil *durbin watson* yang diperoleh sebesar 1,944611.

Pemilihan Model yang Dominan Uji *Common Effect Model* (CEM)

Tabel 6
Uji *Common Effect Model* (CEM)

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 01/22/20 Time: 11:33
Sample: 2014 2017
Periods included: 4
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 72

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.684826	0.307387	2.227894	0.0292
X1	0.081150	0.123102	0.659209	0.5120
X2	-0.018713	0.012971	-1.442729	0.1537
X3	-0.150083	0.072689	-2.064725	0.0428

R-squared	0.087899	Mean dependent var	0.227691
Adjusted R-squared	0.047659	S.D. dependent var	0.111539
S.E. of regression	0.108849	Akaike info criterion	-1.543761
Sum squared resid	0.805668	Schwarz criterion	-1.417280
Log likelihood	59.57540	Hannan-Quinn criter.	-1.493408
F-statistic	2.184374	Durbin-Watson stat	1.034888
Prob(F-statistic)	0.097822		

Sumber : data olahan *Eviews 9* (2020)

Uji *Fixed Effect Model* (FEM)

Tabel 7
Uji *Fixed Effect Model* (FEM)

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 01/22/20 Time: 11:33
Sample: 2014 2017
Periods included: 4
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 72

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.753066	1.148585	2.396920	0.0202
X1	-0.003227	0.106379	-0.030331	0.9759
X2	-0.106106	0.048559	-2.185110	0.0335
X3	-0.081980	0.064508	-1.270838	0.2096

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.655180	Mean dependent var	0.227691
Adjusted R-squared	0.519957	S.D. dependent var	0.111539
S.E. of regression	0.077280	Akaike info criterion	-2.044268
Sum squared resid	0.304583	Schwarz criterion	-1.380240
Log likelihood	94.59363	Hannan-Quinn criter.	-1.779916
F-statistic	4.845164	Durbin-Watson stat	2.523148
Prob(F-statistic)	0.000003		

Sumber : data olahan *Eviews 9* (2020)

Uji *Random Effect Model* (REM)

Tabel 8
Uji *Random Effect Model* (REM)

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 01/22/20 Time: 11:35
Sample: 2014 2017
Periods included: 4
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 72
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	0.005458	0.101267	0.053894	0.9572
X2	-0.029691	0.019843	-1.496263	0.1392
X3	-0.120255	0.059319	-2.027280	0.0466
C	0.945168	0.469932	2.011285	0.0483

Sumber : data olahan *Eviews 9* (2020)

Analisis Regresi Data Panel

Model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga model yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Untuk memilih model mana yang akan digunakan, maka akan dilakukan dengan uji berpasangan untuk masing-masing model.

1. *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM)

Untuk membandingkan *common effect model* (CEM) dengan *fixed effect model* (FEM) maka akan dilakukan uji F statistik (*Chow Test*). Uji F statistik pada dasarnya digunakan untuk membandingkan antara *common effect model* (CEM) yang mengasumsikan model intersep untuk semua unit *cross section* sama dengan *fixed effect model* (FEM) yang mengasumsikan bahwa berbeda dengan *cross section*. Berikut ini adalah hasil dari uji F dengan menggunakan *Eviews 9*.

Tabel 9
Uji *Chow*

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.935457	(17,51)	0.0000
Cross-section Chi-square	70.03646		
	5	17	0.0000

Sumber : data olahan *Eviews 9* (2020)

Uji *Chow* digunakan untuk menentukan model mana yang akan dipilih dalam estimasi model regresi data panel, antara *common effect model* (CEM) atau *fixed effect model* (FEM) pengujian dilakukan dengan uji statistik F atau chi-kuadrat dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : *Common Effect Model* (CEM) lebih baik dari *Fixed Effect Model* (FEM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM) lebih baik dari *Common Effect Model* (CEM)

Apabila nilai probabilitas *F-test* dan probabilitas (prob) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga H_1 diterima. Artinya *Fixed Effect Model* (FEM) lebih baik dari pada *Common Effect Model* (CEM) Sebaliknya, maka H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak, yang berarti bahwa *Common Effect Model* (CEM) lebih baik dari pada *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi regresi data panel. Hasil dari pengujian *chow test*, terlihat bahwa *F-test* 0.0000 artinya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (5%), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa *Fixed Effect model* (FEM) lebih baik dari pada *Common Effect Model* (CEM) pada penelitian ini

2. *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM)

Untuk membandingkan *fixed effect model* (FEM) dengan *random effect model* (REM) maka dilakukan uji

Hausman. Berikut ini adalah hasil dari uji *Hausman*:

Tabel 10
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	3.941709	3	0.2678

Sumber : data olahan *Eviews 9* (2020)

Uji *hausman* (*Hausman test*) digunakan untuk menentukan model mana yang akan dipilih dalam estimasi model regresi data panel, antara *fixed effect model* (FEM) dan *random effect model* (REM). Pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : *Random Effect model* (REM) lebih baik dari *Fixed Effect Model* (FEM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM) lebih baik dari *Random Effect model* (REM)

Jika nilai probabilitas *Chi-Square* lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka tolak H_0 dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa estimasi regresi data panel menggunakan *Random Effect model* (REM) lebih baik dari *Fixed Effect Model* (FEM). Jika sebaliknya, maka H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Yang berarti bahwa model *Random Effect model* (REM) lebih baik dari *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa hasil probabilitas *Chi-Square* sebesar $0.2678 >$ dari $\alpha = 0,05$ (5%), maka diterima H_0 sedangkan H_1 ditolak maka regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect model* (REM).

Tabel 11
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	22.16440 (0.0000)	0.453565 (0.5006)	22.61797 (0.0000)
Honda	4.707909 (0.0000)	-0.673472 --	2.852777 (0.0022)
King-Wu	4.707909 (0.0000)	-0.673472 --	1.202455 (0.1146)
Standardized Honda	5.257217 (0.0000)	-0.357626 --	-0.147326 --
Standardized King-Wu	5.257217 (0.0000)	-0.357626 --	-1.205523 --
Gourieriou, et al.*	--	--	22.16440 (< 0.01)

*Mixed chi-square asymptotic critical values:
1% 7.289
5% 4.321
10% 2.952

Sumber : Data Olahan *Eviews 9* (2020)

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menentukan model mana yang akan dipilih dalam estimasi model regresi data panel, antara *common effect model* (CEM) dan *random effect model* (REM). Pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : *Common Effect Model* (CEM) lebih baik dari *Random Effect model* (REM)

H_1 : *Random Effect model* (REM) lebih baik dari *Common Effect Model* (CEM)

Jika nilai Breusch-Pagan (Both) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka tolak H_0 dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa estimasi regresi data panel menggunakan *Random Effect model* (REM) lebih baik dari *Common Effect Model* (CEM). Jika sebaliknya, maka H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Yang berarti bahwa model *Common Effect Model* (CEM) lebih baik dari *Random*

Effect model (REM) . Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa hasil *Breusch-Pagan* (*Both*) sebesar $0.0000 < \alpha = 0,05$ (5%), maka diterima H_1 sedangkan H_0 ditolak maka regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect model* (REM).

Uji Hipotesis

Uji T

Uji T digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali dan Ratmono,2014). Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji t analisis regresi sebagai berikut:

1. Untuk menguji hipotesis 1 yaitu pengaruh *political connection* (X_1) terhadap *tax management* (Y), diperoleh t-hitung untuk variabel *capital intensity* yaitu sebesar 0.053894 dan nilai signifikansi sebesar 0.9572. Nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.9572 > 0.05$), maka H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak, artinya variabel *political connection* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax management*.
2. Untuk menguji hipotesis 2 yaitu pengaruh *compensation executive* (X_2) terhadap *tax management* (Y), diperoleh t-hitung sebesar -1.496263 dan nilai signifikansi sebesar 0.1392. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.1392 > 0.05$), maka H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak, artinya variabel *compensation executive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax management*.
3. Untuk menguji hipotesis 3 yaitu pengaruh *sales growth* (X_3) terhadap *tax management* (Y), diperoleh t-hitung sebesar -2.027280 dan nilai signifikansi sebesar 0.0466. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil

dari 0.05 ($0.0466 < 0.05$), maka H_0_3 ditolak dan H_{a_3} diterima, artinya variabel *sales growth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*.

Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan tingkat kesalahan 0,05 (Ghozali & Ratmono, 2014). Berdasarkan hasil estimasi pada penelitian ini, f-statistic mempunyai nilai sebesar 2.627858. Nilai F-Statistic probabilitas mempunyai nilai sebesar 0.057223.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali & Ratmono, 2014). Pada aplikasi Eviews 9, koefisien determinasi ditunjukkan oleh R-Squared pada penelitian ini R-Squared mempunyai nilai sebesar 0,094901 artinya variabel independen yang ada didalam model dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 9% sedangkan 91% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model besarnya nilai koefisien determinasi atau R-Squared hanya antara 0 – 1. Maka artinya 9% dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Interpretasi Data

Pengujian Hipotesis Model

$$\text{Firm_Val} = \beta_0 + \beta_1 \text{Pol_Con} + \beta_2$$

$$\text{Comp_Exe} + \beta_3 \text{Sal_Grow} + \varepsilon \dots\dots\dots$$

(I)

Pengaruh *Political Connection* Terhadap *Tax Management*

Dalam pengujian hipotesis, dilakukan dengan menggunakan regresi

linear berganda, diperoleh hasil sebagai berikut: Nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.9572 > 0.05$), maka H_0_1 diterima dan H_{a_1} ditolak, artinya variabel *political connection* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax management*.

Pengaruh *Compensation Executive* Terhadap *Tax Management*

Dalam pengujian hipotesis, dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.1392 > 0.05$), maka H_0_2 diterima dan H_{a_2} ditolak, artinya variabel *compensation executive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax management*.

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap *Tax Management*

Dalam pengujian hipotesis, dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.0466 < 0.05$), maka H_0_3 ditolak dan H_{a_3} diterima, artinya variabel *sales growth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan:

- 1) *Political Connection* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*. Koneksi Politik di Indonesia pada periode penelitian ini tidak berdampak pada manajemen perpajakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Walaupun terdapat perusahaan yang kepemilikan sahamnya sebagian besar pihak pemerintah namun tidak berpengaruh terhadap kebijakn manajemen perpajakannya. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa di dalam kebijakan perpajakan, pemerintah menjalankan kewajiban

perpajakannya sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku tanpa melakukan tindakan intrvensi untuk melakukan manajemen perpajakan.

- 2) *Compentasion Executtive* yang merupakan total kompensasi yang perusahaan berikan kepada pihak executive perusahaan (dewan komisaris dan dewan direksi) tidak mempengaruhi kebijakan di dalam manajemen perpajakan perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa seberapa besar keompensasi yang diberikan untuk pihak executive tidak membuat pihak executive melakukan manajemen perpajakan yang merugikan pihak pemerintah.
- 3) *Sales Growth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *tax management*. Pertumbuhan penjualan perusahaan pada penelitian ini mempengaruhi kebijakan perpajakan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa dengan pertumbuhan penjualan yang sangat baik maka perusahaan akan melakukan manajemen perpajakannya agar dapat melakukan perencanaan perpajakan yang baik.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang didapat maka peneliti menyarankan beberapa hal yang diharapkan dapat membantu pihak perusahaan di dalam meningkatkan kebijakan *tax manajement* suatu perusahaan, yaitu:

1. Perusahaan publik atau emiten yang terdaftar di Indonesia Stock Exchange sebaiknya melakukan review kembali terhadap kebijakan untuk memberikan kompensasi kepada pihak executive perusahaan. Hal tersebut harus dikaji kembali agar perusahaan dapat melakukan penghematan di dalam anggaran perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah periode dalam penelitian dan memperluas sampel penelitian

dikarenakan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sangat sedikit, yakni 18 perusahaan yang bisa sebagai sampel penelitian.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian lainnya yang mungkin mempengaruhi kebijakan *tax management* perusahaan, sedangkan selain ketiga faktor tersebut masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kebijakan *tax management* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyansyah, Danis. 2014. Pengaruh *Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio* dan Komisaris Independen Terhadap *Effective Tax Rate (ETR)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Arikunto, S. (2009). *Manajemenn Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dewi, G. A., & Sari, M. M. (2015). Pengaruh Insentif Eksekutif, Corporate Risk dan Corporate Governance pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 13.1*, 50-67.
- Lestari, G. A., & Putri, I. A. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Koneksi Politik, dan Leverage terhadap Penghindaran pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.18.3*, 2028-2054.
- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., & Larcker, D. F. (2012). The incentives for tax planning. *Journal of Accounting and Economics 53*, 391-411.

- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., Jagolinzer, A. D., & Larcker, D. F. (2015). Corporate governance, Incentives, and tax avoidance. *Journal of Accounting and Economics* .
- Dharma, I. M., & Ardiana, P. A. (2016). pengaruh leverage, intensitas aset tetap, ukuran perusahaan, dan koneksi politik terhadap tax avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.15.1* , 584-613.
- Fahmi, I (2014), "Analisa Kinerja Keuangan, : Cetakan ketiga, Bandung, Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan penerbit Universitas diponegoro.
- Hadi, J., & Mangoting, Y. (2014). Pengaruh Kepemilikan dan Karakteristik Dewan terhadap Agresivitas Pajak. *Tax & Accounting Review, vol 4, no 2* .
- Halioui, K., Neifar, S., & Abdelaziz, F. B. (2016). Corporate governance, CEO compensation and tax aggressiveness: Evidence from American firms listed on the NASDAQ 100. *Review of Accounting and Finance, Vol. 15 Issue: 4* , 445-462.
- Hanafi, U., & Harto, P. (2014). Analisis Pengaruh Kompensasi Eksekutif, Kepemilikan Saham Eksekutif dan Preferensi Risiko Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting Volume 3, Nomor 2* , 1-11.
- Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Terhadap Penghindaran Pajak: studi kasus perusahaan manufaktur di indonesia . *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.3, No.1* , 19-26.
- Jiwandono, L. Y., & Rahmawati. (2015). Total Kompensasi Eksekutif dan Manajemen Laba Riil (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol 15, No. 1* , 23-31.
- Karina, L. A., & Yuyetta, E. N. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *diponegoro journal of accounting* , 1-12.
- Kieso, D. E., Jerry J. W., Warfield, T.P. (2011) *Accounting Principles. 10Th Edition*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Kim, C. and Zhang, L. (2016). Corporate Political Connections and Tax Aggressiveness. *Contemporary Accounting Research Vol. 33 No. 1* , 78-114.
- Kuriah, Hanik Lailatul, & Asyik, Nur Fadrijh (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (Vol. 5, No. 3)* ISSN : 2460-0585.
- Lestari, G. A., & Putri, I. A. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Koneksi Politik, dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak. *E-*

- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.18.3* , 2028-2054.
- Mulyani, S., Darminto, & N.P, M. W. (2013). Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Koneksi Politik dan Reformasi Perpajakan terhadap Penghindaran Pajak (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek tahun 2008-2012). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Nabilla, S. S., & ZulFikri, I. (2018). Pengaruh Risiko Perusahaan, Leverage, (Debt to Equity Ratio) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan & minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2017). *Seminar Nasional Cendekiawan ke 4 Tahun 2018* , 1179-1182.
- Nugraha, N. B., & Meiranto, W. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (studi empiris pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di bursa efek indonesia 2012-2013). *Diponegoro Journal of Accounting Volume 4, Nomor 4* , 1-14.
- Permata, A. D., Nurlaela, S., & W, E. M. (2018). Pengaruh Size, Age, Profitability, Leverage dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi dan Pajak, 19(01)* , 10-20.
- Pranoto, B. A., & Widagdo, A. K. (2016). Pengaruh Koneksi Politik dan Corporate Governance terhadap Tax Aggressiveness. *Syariah Paper Accounting FEB UMS* .
- Prasista, P. M., & Setiawan, E. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.3* , 2120-2144.
- Purwanti, S. M., & Sugiyarti, L. (2017). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Pertumbuhan Penjualan dan Koneksi Politik Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 5 (3)* , 1625-1642.
- Republik Indonesia. 2010. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 71/PMK.03/2010 tentang *Pengusaha Kena Pajak Berisiko Rendah yang Diberikan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak*.
- Resmi, S. (2018), *Perpajakan Teori dan Kasus*, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Rochayatun, S. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 6 No. 1* , 63-79.
- Scott, William R. 2000. *Financial Accounting Theory*. USA: Prentice-Hall
- Siregar, Sarsin. "Ditjen Pajak Temukan 7 Modus Penghindaran Pajak Properti". http://medanbisnisdaily.com/news/read/2013/09/11/50052/ditjen_pajak_temUkan_7modus_penghindaran_pajak_properti/#.VLc4BBat_IU diakses pada tanggal 15 November 2018, 10.06 WIB.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Statistik untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, F., & Rebecca, C. (2016). pengaruh likuiditas dan leverage terhadap agresivitas pajak perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi di bursa efek indonesia periode 2011-2014. *Conference on Management and Behavioral Studies Universitas Tarumanagara* .

Suwandi, A. (2011). STAT : Tahapan dan Perintah (SYNTAX) Data Panel, Jakarta: Laboratorium Komputasi Departemen Ilmu Ekonomi FEUI.

Undang-Undang Pajak Lengkap. (2015). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Wahab, E. A., Ariff, A. M., Marzuki, M. M., Zuraidah, & Sanusi, M. (2017). Political connections, corporate governance, and tax aggressiveness in Malaysia. *Asian Review of Accounting, Vol. 25 Issue: 3* , 424-451.

Wicaksono, A. P. (2017). Koneksi Politik dan Agresivitas Pajak: Fenomena di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (1)* , 167-180.

Widodo, D. (2017). Metodologi Penelitian Populer & Praktis. Jakarta: Rajawali Press.

Zhang, H., Jian, M., & Li, W. (2012). How does state ownership affect tax avoidance? Evidence from China. *Working paper. School of Accountancy, Singapore Management University*.