
**PENGARUH SALES GROWTH TERHADAP TAX AVOIDANCE DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2019)**

Oleh

Dewi Kusuma Wardani¹, Lidwina Christine Mau²

^{1,2}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

E-mail: ¹d3wikusuma@gmail.com, ²maumuna7@gmail.com

Article History:

Received: 06-04-2022

Revised: 17-04-2022

Accepted: 20-05-2022

Keywords:

Sales Growth, Tax Avoidance,
And Corporate Social
Responsibility

Abstract: *The purpose of this study is to determine the effect of sales growth on tax avoidance with corporate social responsibility as a moderating variable. In this study, the sample used was manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) and for the 2015-2019 period, based on the purposive sampling method, 44 companies were obtained. The data in this study were processed using SPSS with multiple linear regression and absolute difference value test. The hypothesis testing method uses a significance level of 5%. The results showed that sales growth had a positive effect on tax avoidance. Corporate social responsibility cannot moderate the negative effect of sales growth on tax avoidance.*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan kontribusi wajib rakyat kepada negara, sebagai salah satu bentuk partisipasi masyarakat untuk kepentingan negara dan kesejahteraan masyarakat umum. Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan dan memenuhi kebutuhan suatu negara. Pengertian pajak berdasarkan undang-undang KUP No. 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1 pajak merupakan iuran wajib pajak badan atau orang pribadi kepada negara yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan balas jasa atau imbalan yang digunakan untuk keperluan negara dan kemakmuran rakyat negara tersebut (Dewinta & Setiawan, 2016).

Survey yang dilakukan oleh penyidik IMF Ernesto Crivelly yang ditinjau kembali oleh Universitas Perserikatan Bangsa-Bangsa menggunakan *database International Center for Policy and Research (ICTD) dan International Center for Taxation and Development (ICTD)* terhadap perusahaan-perusahaan di 30 negara. Indonesia berada pada peringkat ke 11 dari 30 negara dengan kerugian sekitar US\$6,48 miliar atau setara Rp 94 triliun akibat perusahaan melakukan penghindaran pajak (Tribunnews.com, 2017). Hal ini dapat dilihat dari realisasi target penerimaan pajak dalam APBN yang tidak mencapai target bahkan mengalami penurunan yang dapat dilihat pada table 1.1 dibawah ini

Tabel 1. Penerimaan Pajak Tahun 2014-2020 (dalam triliun rupiah)

<u>Tahun</u>	<u>Target</u>	<u>Realisasi</u>	<u>Presentase</u>
2014	1.072	985	91,9%
2015	1.294	1.055	81,5%
2016	1.539	1.283	3,4%
2017	1.283	1.147	89,4%
2018	1.424	1.315,9	92%
2019	1.577,6	1.132,1	84,4%
2020	1.198,82	1.069,98	89,25%

Sumber: cnbcindonesia.com, 18 Maret 2021

Tax Avoidance merupakan salah satu bentuk penghindaran pajak yang masih dalam lingkup perundang-undangan perpajakan. Penghindaran pajak merupakan usaha yang dilakukan oleh wajib pajak untuk meminimalisir beban pajak dengan memanfaatkan celah dalam undang-undang perpajakan dan tidak melanggar undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Mardiasmo, 2016:11). Beberapa penelitian menemukan bahwa *tax avoidance* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya *sales growth* (pertumbuhan penjualan). Menurut Pradana *et al.*, (2013) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar tingkat volume penjualan maka laba yang akan dihasilkan juga akan meningkat. Apabila *sales growth* meningkat maka laba (profit) yang dihasilkan perusahaan dapat diasumsikan mengalami peningkatan. Ketika laba perusahaan mengalami kenaikan, maka perusahaan dianggap mampu mengatur pendapatan dan membiayai biaya tetap seperti pembayaran pajak.

Dalam penelitian ini *corporate social responsibility* merupakan variabel moderasi. Menurut Wardani & Purwaningrum (2018) *corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan terhadap aktivitas bisnis untuk bertindak secara etis, berkontribusi dalam pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat. *Corporate social responsibility* dipandang sebagai sarana oleh manajemen untuk berinteraksi dengan masyarakat demi terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan lingkungannya. Pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan merupakan cara perusahaan untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai aktivitas sosial perusahaan. Konsumen memiliki keinginan untuk memberikan penilaian positif kepada perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (Muliani *et al.*, 2014). Hal ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen, dimana loyalitas ini juga akan meningkatkan presentase *sales growth*. Demi mempertahankan reputasi dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan, perusahaan akan lebih waspada dalam melakukan tindakan yang bisa merusak citra positif perusahaan, sehingga kecenderungan perusahaan untuk melakukan praktik *tax avoidance* rendah.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal

Teori sinyal (*signalling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak petunjuk (pemilik informasi) memberikan suatu tanda atau

sinyal dalam bentuk informasi yang menggambarkan kondisi perusahaan sebenarnya bagi pihak penerima (investor). Teori sinyal menjelaskan tentang pandangan manajemen terhadap prospek pertumbuhan perusahaan yang akan mempengaruhi keputusan investasi pihak diluar perusahaan seperti investor (Brigham & Houston, 2011). Informasi yang dikeluarkan perusahaan merupakan hal penting yang menjelaskan tentang upaya manajemen dalam mewujudkan keinginan pemilik. Informasi tersebut dapat membantu investor dan pelaku bisnis untuk mengambil keputusan investasi.

Tax Avoidance

Tax avoidance merupakan salah satu cara penghindaran pajak yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan celah yang ada dalam undang-undang perpajakan seperti *taxloopholes* dan *grey area*. Dengan memanfaatkan adanya *loopholes* dan *grey area*, wajib pajak dapat meminimalkan pembayaran pajaknya. *Tax loopholes* merupakan celah pajak yang dapat mengunrangi pembayan pajak bagian dari tagihan pajak dikarenakan terdapat kesenjangan peraturan dalam ketentuan pajak. munculnya *grey area* karena ada peraturan pajak yang tidak jelas, sehingga dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak orang pribadi maupun badan untuk melakukan praktik *tax avoidance*. Para wajib pajak juga dapat memanfaatkan beberapa akun biaya yang dapat digunakan sebagai pengurang pajak, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008 pasal 6 (Susanti, 2018).

Sales Growth

Sales growth (pertumbuhan penjualan) adalah kenaikan atau perubahan jumlah penjualan pada laporan keuangan per tahun yang dapat menggambarkan perkembangan perusahaan dan profit di periode yang akan datang. Pertumbuhan penjualan bisa diukur dengan membandingkan penjualan tahun sekarang dikurangi penjualan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat maka profit pun akan meningkat dan kinerja perusahaan juga optimal, karena dengan semakin meningkatnya profit perusahaan, maka semakin meningkat pula laba suatu perusahaan yang dapat mendorong peningkatan pertumbuhan penjualan dari satu period eke periode berikutnya (Fathoni & Indrianto, 2021).

Corporate Social Responsibility

Menurut Rusdianto (2013) *corporate social responsibility* adalah suatu kegiatan yang tidak hanya memihak pada perusahaan, tetapi juga melihat kesejahteraan masyarakat dan lingkungan dimana tempat perusahaan beroperasi. Pada umumnya pelaksanaan CSR memenuhi tanggung jawab yang diberikan sejalan dengan peraturan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. Tanggung jawab perusahaan memenuhi beberapa aspek yaitu 1). Ekonomi, 2). Hukum, 3). Moral dan etika, dan 4). Sosial.

METODE PENELITIAN

Sumber Data, Populasi dan Sampel

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder atau yang berbentuk angka dan sampel yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 44 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Data

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda untuk membuktikan hubungan fungsional satu variabel terikatnya. Pengujian atau analisis regresi berganda yang dilakukan menggunakan nilai signifikansi 0,05 atau 5% karena dianggap cukup memadai dalam perbandingan nilai antar variabel-variabel pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas penelitian. Hasil uji SPSS dibuktikan dalam tabel sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji Model

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	<i>Sig.</i>
Regression	28,550	2	14,275	34,622	,000 ^b
Residual	89,471	217	,412		
Total	118,021	219			

a. *Dependent Variable: Tax Avoidance*

b. Predictors: (Constant), *Sales Growth*

Sumber: Data sekunder, 2022 diolah

Berdasarkan pada uji F table 1, menunjukkan bahwa F hitung sebesar 34,622 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti model dinyatakan signifikan, sehingga uji F dalam penelitian *fit*.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien (R²)

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,492 ^a	,242	,235	,64211

a. Predictors: (Constant), *Sales Growth*

Sumber: Data sekunder, 2022, diolah

Berdasarkan pada hasil uji koefisien diatas menunjukkan bahwa variabel *sales growth* memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance*. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Adjusted R Square* 0,235 atau 23,5%.

Tabel 4. Hasil Uji T

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i> s	T	<i>Sig.</i>
	B	<i>Std. Error</i>			
1	(Constant)	-1,901	,112	-	,000
	<i>Sales Growth</i>	16,948		16,948	
	<i>Sales Growth</i>	-,751	,325	-,137	-,2311

a. *Dependent Variable: Tax Avoidance*

Sumber: Data sekunder, 2022, diolah

Berdasarkan pada uji T diatas, menunjukkan bahwa variabel *sales growth* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ dan B sebesar $-0,751$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *sales growth* memiliki pengaruh negatif terhadap CETR atau berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance* tidak terdukung.

2. Pengujian Nilai Selisih Mutlak Persamaan 1

a. Uji Model

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	29,672	3	9,891	24,181	,000 ^b
Residual	88,349	216	,409		
Total	118,021	219			

a. *Dependent Variable: Tax Avoidance*

b. Predictors: (Constant), SG*CSR, *Corporate Social Responsibility*, *Sales Growth*

Sumber: Data sekunder, 2022, diolah

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 24,181 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Artinya variabel independen berpengaruh terhadap *tax avoidance*, dengan kata lain model dinyatakan fit.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,251	,241	,63955

a. Predictors: (Constant), SG*CSR, *Corporate Social Responsibility*, *Sales Growth*

Sumber: Data sekunder, 2022, diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,241 atau sebesar 24,1% yang berarti variabilitas *tax avoidance* yang dijelaskan oleh variabel *sales growth*, *corporate social responsibility*, dan SG*CSR sekitar 24,1% dan sisanya 75,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,850	,230		-8,054	,000
1 <i>Sales Growth</i>	-3,893	,549	-,711	-7,094	,000
<i>Corporate Social Responsibility</i>	-,478	,142	-,200	-3,367	,001
SG*CSR	-2,104	,308	-,682	-6,826	,000

a. *Dependent Variable: Tax Avoidance*

Sumber: Data sekunder, 2022, diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *sales growth* memiliki nilai koefisien -3,893 dengan probabilitas signifikansi 0,000, variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien -0,478 dengan nilai signifikansi 0,001, variabel *SG*CSR* memiliki nilai koefisien -2,104 dengan nilai signifikansi 0,000, dapat disimpulkan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif terhadap CETR atau berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* dimoderasi oleh CSR, pada penelitian ini CSR memperlemah pengaruh negatif *sales growth* terhadap *tax avoidance*. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa CSR dapat memperkuat pengaruh negatif *sales growth* terhadap *tax avoidance* ditolak.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh *sales growth* terhadap *tax avoidance* dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Hal ini sejalan dengan penelitian Susanti(2018) dan Dewinta & Setiawan (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi presentase pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka kecenderungan perusahaan dalam melakukan tindakan *tax avoidance* semakin meningkat.

Hasil uji *corporate social responsibility* menemukan bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh negatif *sales growth* terhadap *tax avoidance*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Endang (2016) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat dan karunianya dengan mempermudah segala urusan sehingga peneliti dapat mengerjakan penelitian ini tanpa hambatan yang berarti. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Ibu Dr. Dewi Kusuma Wardani, S.E, S.Psi., M.Sc., Ak., CA, CRM, BKP, ACPA, kepada orangtua serta pihak-pihak yang selalu mensupport serta mendoakan peneliti hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan diharapkan dapat dijadikan sumber bagi peneliti selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya yang pertama yaitu hasil penelitian berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dan hasil uji regresi linear berganda menggunakan SPSS dengan tahun penelitian 5 tahun yaitu 2015-2019.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Brigham, E. F., & Houston, J. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- [2] Darmawan, I. G. H., & Sukarta, I. M. (2014). Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return On Assets, dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak, 1, 143–161.
- [3] Dewinta, I. A. R., & Setiawan, P. E. S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance.

-
- E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 14.3, 1584–1613.
- [4] Fathoni, M., & Indrianto, E. (2021). Pengaruh Leverage, Sales Growth, dan Manajemen Laba Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 19(1).
- [5] Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Sales sGrowth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127–138.
- [6] Muliani, L. E., Yuniarti, G. A., & Sinarwati, K. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responcibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1).
- [7] Permata, A. D., Nuerlaela, S., & Masitoh, E. (2018). Pengaruh Zise, Age, Profitability, Leverage dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di BEI.
- [8] Pradana, H. R., Fachrurrozie, & Kiswanto. (2013). Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Accounting Analysis Journal*, 2(4), 423–429.
- [9] Rahmawati, & Endang. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Perpajakan*, 10(1).
- [10] Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication a Frame Work For PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [11] Susanti, E. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak.
- [12] Swingly, C., & Sukartha, I. M. (2015). Pengaruh Karakter Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Sales Growth Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 10(1), 47–62.
- [13] *Tribunnews.com*. (2017). Indonesia Masuk Peringkat ke-11 Penghindaran Pajak Perusahaan.
- [14] Wahyudi, D. (2015). Analisis Empiris Pengaruh Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia. *Widyaiswara Network Journal*, (4), 5–17.
- [15] Wardani, D. K., & Purwaningrum, R. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Fakultas Bisnis UKDW*, 14(1), 1–13.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN