



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 3255-3262
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Determinan Yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Perdagangan, Jasa Dan Investasi Di Indonesia

Angelina Putri Limantara.^{1✉} Khairudin²

Faculty Of Economics and Busines, University of Bandar Lampung

Email: angelina.19021066@student.ubl.ac.id^{1✉}

Abstrak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting karena merupakan sumber penghasilan utama dalam suatu negara. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari Market to Sales Ratio dan Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak. Sampel penelitian ini adalah 30 data dari 10 perusahaan perdagangan eceran yang tercatat di BEI selama periode 2019-2021, melalui metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis data panel menggunakan aplikasi Eviews. Perhitungan penghindaran pajak menggunakan rumus CETR dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Market to Sales Ratio dan Intensitas Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Penghindaran Pajak.

Kata Kunci: *Penghindaran Pajak, Market to Sales Ratio, Intensitas Modal*

Abstract

Income Tax has a very important influence because it is the main source of income in a country. The purpose of this study was to determine the effect of Market to Sales Ratio and Capital Intensity on Tax Evasion. The research sample is 30 data from 10 retail trading companies listed on the IDX during the period of 2019-2021, using the purposive sampling method. The analysis technique use panel data analysis with Eviews application. Calculation of Tax Avoidance using CETR formula and the results of this study indicate that the Market to Sales Ratio and Capital Intensity have a significant positive effect on tax avoidance.

Keyword: *Tax Avoidance, Market to Sales Ratio, and Capital Intensity*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia di era modern ini tentunya mengalami perkembangan yang pesat. Pajak adalah salah satu hasil pendapatan dengan peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan dan penting dalam mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak (Nabilqodarsa, 2022).

Wajib pajak dan pemerintah mempunyai tujuan yang berbeda sehingga terjadi hambatan dalam pelaksanaan pembayaran pajak. Perusahaan sangat berperan besar dalam meningkatkan kehidupan negara. Seorang wajib pajak yang melakukan penghindaran pajak tentu akan meningkatkan laba perusahaannya. Kepuasan perusahaan dalam memperoleh laba sebesar-besarnya dapat berkurang karena adanya kewajiban membayar pajak kepada negara, dan pada akhirnya menyebabkan kondisi yang berupa konflik kepentingan masing-masing yaitu negara dengan perusahaan.

Tabel 1 Realisasi Penerimaan Pajak di Indonesia tahun 2019-2021

Tahun	Anggaran	Realisasi Pendapatan	Presentase Eefektifitas
2019	1.804.618.392.193.800	1.556.788.973.735.429	1,11%
2020	1.419.802.908.147.624	1.315.254.333.874.282	-15,51%
2021	1.465.489.964.459.000	1.628.521.164.934.301	23,82%

Sumber : Kementerian Keuangan (2022)

Berdasarkan data yang didapatkan dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia dapat dilihat bahwa realisasi penerimaan pajak di Indonesia dari tahun 2019-2021 masih belum stabil atau mengalami fluktuasi. Realisasi penerimaan pajak yang fluktuasi ini terindikasi dikarenakan perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk mendapatkan laba yang maksimal dengan pengeluaran yang kecil.

1. Teori Keagenan

Teori agensi mengatakan adanya perbedaan hubungan antara pihak yang memberi wewenang (principal) dan pihak yang menerima wewenang (agent). Prinsipal disini adalah pemerintah sedangkan agen adalah perusahaan. Teori agensi menyatakan adanya asimetri informasi antara manajer perusahaan (agent) dan pemegang saham (principal) karena manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya (Kurniasih & Sari, 2013).

2. Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk meminimalisir beban pajak dengan cara yang legal. Penghindaran pajak dianggap legal karena masih sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan, namun pemerintah merasa keberatan karena tindakan penghindaran pajak dapat merugikan negara (Sawitri et al., 2022)

3. Market to Sales Ratio

Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Rachmawati, 2011). Pemasaran sangat penting untuk suatu perusahaan dikarenakan untuk mendapatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan.

4. Intensitas Modal

Capital Intensity merupakan seberapa besar perusahaan menginvestasikan asetnya dalam bentuk aset tetap dan persediaan (Aini & Kartika, 2022). Perusahaan yang memilih investasi dalam aset tetap dapat menjadikan biaya depresiasinya untuk mengurangi beban pajak.

5. HIPOTESIS

Perusahaan tentunya harus menarik minat masyarakat, maka untuk memasarkan produk maka perusahaan bisa melakukan promosi besar-besaran. Beberapa perusahaan lebih memilih menggunakan strategi prospector yang lebih menekankan kepada inovasi dan pertumbuhan produk dan jasanya dengan iklan. Mereka memanfaatkan beban iklan yang tinggi agar mereka dapat membayar pajak yang rendah karena beban iklan mempengaruhi laba perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Nailufaroh (2022) mengatakan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

H1 : Market to Sales Ratio berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

Menurut Yohanes dan Sherly (2022) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aset tetap akan menimbulkan beban depresiasi, sehingga dapat dikurangkan secara fiskal dan semakin tinggi capital intensity maka semakin tinggi tax avoidance karena beban penyusutan yang dihasilkan oleh adanya aset tetap dapat menyebabkan penurunan laba perusahaan. . Didalam penelitian yang dilakukan oleh Dwiyanti & Jati (2019), Sandra & Anwar (2018), Garnisa & Njit (2021) menyatakan bahwa intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran

pajak. Sedangkan hasil penelitian oleh Yohanes & Sherly (2022) menyatakan bahwa capital intensity berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.

H2 : Intensitas Modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik dalam pengambilan data menggunakan purposive sampling.

Penghindaran pajak akan diukur dengan Cash Effective Tax Rates (CETR). Rumus CETR adalah sebagai berikut:

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Intensitas modal akan diukur dengan rasio aset tetap. Rumus dari Intensitas Modal adalah sebagai berikut:

$$CIR = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Penjualan}}$$

Intensitas modal akan diukur dengan rasio aset tetap. Rumus dari Intensitas Modal adalah sebagai berikut:

$$CIR = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Penjualan}}$$

Variabel Pemasaran diukur dengan Market. Adapun rumus dari Market to Sales Ratio adalah

$$\text{Market} = \frac{\text{Beban Iklan}}{\text{Total Penjualan}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Date: 12/01/22

Time: 12:43

Sample: 2019 2021			
	Y	X1	X2
Mean	0,172033	0,008120	0,433775
Median	0,191616	0,002207	0,413250
Maximum	0,470030	0,010103	1,098795
Minimum	0,026783	0,000007	0,161912
Std, Dev,	0,110087	0,019024	0,225707
Skewness	0,295926	3,778808	1,291453
Kurtosis	3,263643	16,66123	4,547432
Jarque-Bera	0,524744	304,6833	11,33243
Probability	0,769225	0,000000	0,003461
Sum	5,160975	0,243603	13,01326
Sum Sq, Dev,	0,351456	0,010496	1,477365
Observations	30	30	30

Sumber : Data diolah, 2022.

Nilai mean penghindaran pajak sebesar 0,172033 dimana lebih besar dari nilai standard deviasi sebesar 0,110087 yang berarti bersifat homogen. Nilai minimum dari penghindaran pajak sebesar 0,026783, sedangkan nilai maksimum 0,470030.

Nilai mean pada Market to Sales Ratio sebesar 0,008120 dimana lebih kecil dari standar deviasi yaitu 0,019024 sehingga dapat dikatakan heterogen. Nilai minimum dari Market to Sales Ratio sebesar 0,000007, sedangkan nilai maksimumnya 0,010103.

Nilai mean pada Intensitas Modal sebesar 0,433775 dengan standar deviasi sebesar 0,225707 yang berarti homogen. Nilai minimum dari Intensitas Modal sebesar 0,161912, sedangkan nilai maksimumnya yaitu 1,098795.

1. Uji Pemilihan Model

Hasil Estimasi Uji Chow			
Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d,f	Prob,
Cross-section F	5,177036	(9,18)	0,0015
Cross-section Chi-square	38,332178	9	0,0000

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji Chow diatas terlihat bahwa nilai p-value dari nilai probability Cross-section Chi Square adalah $0,0000 < 0,05$ maka Fixed Effect Model lebih baik dibandingkan dengan Common Effect Model.

Hasil Estimasi 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	1,791335	2	0,4083

Sumber: Data diolah, 2022

Uji Hausman pada Tabel diatas terlihat bahwa nilai probability (cross section random) sebesar $0,4083 > 0,05$ maka Random Effect Model lebih baik dibandingkan Fixed Effect Model.

Hasil Estimasi 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	7,770871 (0,0053)	0,527147 (0,4678)	8,298019 (0,0040)

Sumber: Data diolah, 2022

Uji Lagrange Multiplier pada tabel diatas terlihat bahwa nilai probability sebesar $0.0040 < 0.05$ maka Random Effect Model lebih baik dibandingkan Common Effect Model.

Hasil Estimasi *Random Effect Model* (REM)

Variable	Coefficient	Std, Error	t-Statistic	Prob,
C	0,145877	0,066218	2,202963	0,0363
X1	0,109305	0,009900	11,04149	0,0000
X2	0,308036	0,016364	18,82440	0,0000
Effects Specification				

	S,D,	Rho
Cross-section random	0,091990	0,6180
Idiosyncratic random	0,072316	0,3820
Weighted Statistics		
R-squared	0,351729	Mean dependent var 0,867617
Adjusted R-squared	0,276369	S,D, dependent var 1,191051
S,E, of regression	0,984785	Sum squared resid 160,0171
F-statistic	9,947027	Durbin-Watson stat 1,978931
Prob(F-statistic)	0,000000	
Unweighted Statistics		
R-squared	0,351729	Mean dependent var 0,867617
Sum squared resid	160,0171	Durbin-Watson stat 1,978931

Sumber : Data yang telah diolah, 2022

Hasil pemodelan Random Effect diperoleh persamaan berikut:

$$\text{Penghindaran Pajak} = 0,145877 + 0,109305 \text{ M_to_S} + 0,308036 \text{ CIR}$$

Konstanta penghindaran pajak bernilai 0,145877 artinya jika nilai F Market to Sales Ratio dan Intensitas modal bernilai 0, maka penghindaran pajak bernilai 0,145877. Koefisien Market to Sales Ratio bernilai 0,109305 artinya apabila Market to Sales Ratio mengalami peningkatan 1 poin maka Penghindaran Pajak mengalami kenaikan sebesar 0,109305. Koefisien Intensitas Modal bernilai 0,308036 artinya apabila Intensitas Modal mengalami peningkatan 1 poin maka Penghindaran Pajak mengalami kenaikan sebesar 0,308036 poin.

2. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel Hasil Estimasi REM, pengujian simultan (Uji F) pada model regresi menghasilkan nilai F hitung sebesar 9,947027 dan nilai signifikansi adalah $0,000000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada model regresi bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat.

Nilai adjusted R² sebesar 0,276369 artinya variabel bebas Market to Sales Ratio dan Intensitas Modal dalam menjelaskan variabel dependen hanya sebesar 27,69% dan sisanya sebesar 72,31% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil perhitungan secara parsial atau Uji T pada pengaruh Market to Sales Ratio terhadap Penghindaran Pajak diperoleh koefisien regresi sebesar 0,109305 dan tingkat signifikansi 0,05

> 0,0000. Market to Sales Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Penghindaran Pajak karena koefisien regresi yang didapatkan bernilai positif 0,109305 maka dapat disimpulkan Market to Sales Ratio berpengaruh positif terhadap Penghindaran Pajak.

Hasil perhitungan secara parsial pengaruh Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak diperoleh koefisien regresi sebesar 0,308036 dan tingkat signifikansi $0,05 > 0,0000$. Intensitas Modal berpengaruh secara signifikan terhadap Penghindaran Pajak karena koefisien regresi yang didapatkan bernilai positif 0,308036, maka dapat disimpulkan Intensitas Modal berpengaruh positif terhadap Penghindaran Pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Market to Sales Ratio Terhadap Penghindaran Pajak

Pemasaran termasuk dalam strategi bisnis yang terbagi menjadi dua yaitu strategi defender dan strategi prospector. Beberapa perusahaan lebih memilih untuk memanfaatkan strategi prospector yang lebih mementingkan pengenalan produk melalui iklan, karena beban iklan menurunkan laba perusahaan dan berakibat pada menurunnya pajak. Sehingga Market to Sales Ratio berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2. Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak

Perusahaan yang melakukan investasi pada asset tetap tentu akan menyebabkan munculnya beban depresiasi yang digunakan sebagai pengurang laba dan menyebabkan beban pajak yang dibayarkan menjadi rendah. Sehingga Intensitas Modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

SIMPULAN

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Market to Sales Ratio dan Intensitas Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Penghindaran Pajak. Saran yang dapat diambil perusahaan dapat memakai strategi defender dan pemerintah diharapkan lebih tegas dalam membuat peraturan sanksi perpajakan.

Penelitian ini juga mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 30 data dan periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya mengambil 3 tahun. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak data penelitiannya dan mengembangkan jangka waktu menjadi lebih dari 3 periode.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, H., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmiah Komputerasi Akuntansi*, 15(1), 61–73.
- Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. K. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity, dan Inventory Intensity pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(3), 2293–2321.
- Garnisa, V. S., & Njit, T. F. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Akuntansi*, 1(4), 471–478.
- Kurniasih, T., & Ratna Sari, M. (2013). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 58–66.
- Nabilqodarsa, M. D. (2022). Mengetahui Pentingnya Pembayaran & Fungsi Pajak Untuk Negara. *Tax Center FISIP UNEJ*. Diambil 04 November 2022, dari <https://taxcenterfisip.unej.ac.id/2022/08/16/mengetahui-pentingnya-pembayaran-fungsi-pajak-untuk-negara/>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Sandra, M. Y. D., & Anwar, A. S. H. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 1(1), 1–10.
- Sari, L. P., & Nailufaroh, L. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pemasaran Terhadap Penghindaran Pajak. *Manajemen Perusahaan*, 1(1), 1–13.
- Sawitri, A. P., Alam, W. Y., & Dewi, F. A. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Koneksi Politik Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 8(1), 44–52.
- Yohanes, & Sherly, F. (2022). Pengaruh Profitability , Leverage , Audit Quality , Dan Faktor Lainnya Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 2(2), 543–558.