

Pengaruh *Profitabilitas* Dan *Leverage* Terhadap *Tax Avoidance* Dengan *Sales Growth* Sebagai Variabel Moderasi

Mohamad Iqbal

Universitas Islam Kediri

E-mail: Iqbal.xaveng@gmail.com

Ustadus Sholihin

Universitas Islam Kediri

E-mail: tadus72@gmail.com

Zulfia Rahmawati

Universitas Islam Kediri

E-mail: zulfiarahmawati@uniska-kediri.ac.id

Abstract. *Companies must struggle to survive and be the best, this encourages companies to use various strategies and innovations to prevent bankruptcy in the laws of law there are gaps that can be utilized by taxpayers to reduce the tax burden that must be paid. One of them is tax avoidance. The purpose of this study is to determine the effect and explain profitability, leverage on tax avoidance with sales growth as moderation variables in consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2020-2021. Types of research approaches are quantitative, with a population of 4 companies and 32 data samples The quarterly financial uses using purposive sampling for sample determination. Data analysis techniques conducted with descriptive statistical analysis, testing of panel data regression estimation models, classical assumption tests, multiple linear analysis, t-test, and moderation regression analysis. The results of this study were obtained that the partial profitability variable had a significant effect on tax avoidance and partially leverage had no significant effect on tax avoidance. The results of moderation regression analysis obtained by the results of sales growth instead of the moderation variable between profitability and leverage of tax avoidance.*

Keywords: *profitability, leverage, sales growth, tax avoidance*

Abstrak. Perusahaan harus berjuang untuk bertahan dan menjadi yang terbaik, Ini mendorong perusahaan untuk menggunakan berbagai strategi dan inovasi untuk mencegah kebangkrutan Dalam peraturan undang-undang terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Salah satunya adalah penghindaran pajak. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dan menjelaskan profitabilita, Leverage terhadap Tax Avoidance dengan Sales Growth sebagai variabel Moderasi pada Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2021. Jenis pendekatan penelitian adalah kuantitatif, dengan populasi 4 perusahaan dan sampel sebanyak 32 data keuangan Triwulan dengan menggunakan purposive sampling untuk penentuan sampel. Teknik analisis data yang dilakukan dengan analisis statistik deskriptif, uji model estimasi regresi data panel, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji-t, dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa secara parsial variabel Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance dan secara parsial Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. Hasil analisis regresi moderasi diperoleh hasil Sales Growth bukan variabel Moderasi antara Profitabilitas dan Leverage terhadap Tax Avoidance.

Kata Kunci: Profitabilitas, leverage, Sales Growth, Tax Avoidance

LATAR BELAKANG

Ada peluang yang lebih besar bagi bisnis untuk berkembang karena kemajuan teknologi yang cepat mempermudah akses ke informasi dan perekonomian suatu negara semakin terbuka. Perusahaan harus selalu meningkatkan daya saing mereka. Karena banyaknya perusahaan, pasar bisnis semakin kompetitif. Bisnis di bidang barang konsumsi, pertambangan, manufaktur, dan sektor lain berjuang untuk bertahan dan menjadi yang terbaik. Ini mendorong perusahaan untuk menggunakan berbagai strategi dan inovasi untuk mencegah kebangkrutan.

Pajak menjadi sumber pendapatan utama bagi negara, sedangkan bagi perusahaan pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih mereka.

Perbedaan kepentingan antara Pemerintah (fiskus) yang menginginkan penerimaan pajak yang besar dan kontinyu tentu bertolak belakang dengan kepentingan dari perusahaan yang menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin, Hardika (dalam Ariawan & Setiawan, 2017).

Salah satu sumber pendapatan utama negara, yaitu pajak yang digunakan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan bangsa. Akibatnya, negara membuat undang-undang tentang pajak seperti KUP, PPh, PPN dan PPnBM, PBB, Penagihan Pajak, Pengampunan Pajak, dan undang-undang lainnya yang mengatur masalah pajak lainnya. Dalam hal ini, tanggung jawab pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan berada di bawah Direktorat Jendral Pajak.

Tujuan pembentukan undang-undang perpajakan adalah untuk mengumpulkan sebanyak mungkin uang dari pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak badan maupun individu. Dalam peraturan undang-undang ini, terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan. Salah satunya adalah penghindaran pajak, yang umumnya dilakukan oleh wajib pajak badan. Menurut Handika (dalam Astuti dan Aryani, 2017) 'menyatakan bahwa pajak merupakan beban bagi pebisnis yang akan mengurangi laba bersih, sehingga pebisnis selalu berusaha untuk mengurangi pembayaran pajak mereka'.

Pemerintah telah menetapkan aturan untuk menghindari pajak, seperti ketentuan anti thin capitalization, yang memungkinkan wajib pajak untuk mengurangi beban pajak dengan memperbesar pinjaman daripada menambah modal untuk membebaskan biaya bunga dan mengecilkan keuntungan. Hal ini diatur oleh PMK No.169/PMK.03/2015 tentang Penentuan Besarnya Perbandingan antara Utang dan Modal Perusahaan untuk Keperluan Perhitungan Pajak Penghasilan, serta UU PPh pasal 18 ayat 1. Ketentuan controlled foreign corporation (CFC) juga

diterapkan selain thin capitalization oleh pemerintah Indonesia dan luar negeri. Pasal 18, Ayat 2, Undang-Undang PPh mengatur ketentuan ini.

LANDASAN TEORI

Manajemen Keuangan

Pengertian Manajemen Keuangan

Perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, dan pengawasan aset dan dana suatu perusahaan dikenal sebagai manajemen keuangan..

Menurut Sujarweni (2017) “manajemen keuangan perusahaan merupakan manajemen yang berada dibagian keuangan, menerapkan prinsip-prinsip keuangan dalam suatu organisasi perusahaan demi menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan serta pengelolaan sumber daya yang tepat”.

Manajemen keuangan bertujuan untuk mengelola dana maupun aset-aset yang dimiliki perusahaan untuk dimanfaatkan pada hal-hal atau kegiatan yang membantu tercapainya tujuan utama perusahaan (profit).

Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan utama manajemen keuangan adalah untuk meningkatkan nilai aset perusahaan atau meningkatkan nilai yang dimiliki oleh para pemegang saham. Menurut Fahmi (2015:4) ada beberapa tujuan manajemen keuangan yaitu:

- 1) Memaksimumkan nilai perusahaan.
- 2) Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali.
- 3) Memperkecil risiko perusahaan dimasa sekarang dan yang akan datang.

Secara besar fungsi manajemen keuangan adalah membantu perusahaan membuat penilaian tujuan serta mengetahui hambatan yang mungkin timbul dalam pengambilan keputusan finansial. Menurut Fahmi, (2015:3) “fungsi manajemen keuangan sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan”. Seorang manajer keuangan mungkin memiliki kemampuan terobosan yang kreatif dan inovatif, tetapi tidak menghilangkan standar manajemen keuangan yang ketat..

Pajak

Pengertian Pajak

Menurut Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009, pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh individu atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan digunakan untuk keperluan negara untuk kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.

Pengertian Pajak menurut Mardiasmo (2019) kewajiban finansial yang harus dibayarkan oleh individu atau entitas kepada pemerintah, baik itu pemerintah pusat maupun daerah, untuk membiayai berbagai program dan kegiatan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemenuhan berbagai kebutuhan publik. Pajak ini bersifat wajib dan biasanya dikenakan pada pendapatan individu, perusahaan, atau transaksi tertentu.

Subjek dan Objek Wajib Pajak Badan

Menurut Pasal 1 angka 2 UU KUP, wajib pajak adalah individu atau organisasi, termasuk pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang memiliki hak dan kewajiban yang berkaitan dengan pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Dalam Mardiasmo (2019:162) Dijelaskan bahwa subjek pajak badan adalah semua perusahaan yang didirikan atau berlokasi di Indonesia, kecuali unit tertentu dari badan pemerintah yang memenuhi syarat:

- 1) didirikan berdasarkan peraturan perundang-undangan..
- 2) Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) adalah sumber pembiayaan.
- 3) Penerimaan Pajak disalurkan dalam Anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah.
- 4) Aparat pengawasan fungsional negara melakukan pemeriksaan atas pembukuannya.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan penelitian tidak terlalu melebar dan lebih terfokus pada topik permasalahan maka peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian ini akan melakukan pengujian pengaruh ROA (profitabilitas) dan leverage, terhadap tax avoidance (Penghindaran Pajak) dengan sales growth sebagai variabel moderasi pada laporan keuangan

triwulan perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 – 2021.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:13) “penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini menggunakan data sekunder yang berwujud laporan keuangan triwulan perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2021.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2021. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan triwulan yang diambil di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri Gedung Baru Lantai 3 yang beralamatkan di Jalan Sersan Suharmaji Nomor 38 Manisrenggo Kota Kediri dan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi

“Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”,(Sugiyono, 2018:117) Berdasarkan definisi populasi diatas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan triwulan perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020– 2021. Berikut adalah daftar perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi populasi penelitian ini adalah :

Tabel .1 Daftar Populasi Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
2	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
3	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
4	MPPA	PT Matahari Putra Prima Tbk

Sumber : GISBEI UNISKA, 2023

Sampel

“Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk peneliti”, (Sugiyono, 2018:118) Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 4 laporan keuangan triwulan perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020– 2021, Dengan 32 data observasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Perusahaan

Perusahaan - perusahaan yang penulis teliti ialah perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2020-2021. Dari hasil penelitian terdapat 5 perusahaan *Consumer Goods* yang peneliti ambil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Triwulan Tahun 2020-2021. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 4 perusahaan tersebut :

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

Salah satu produsen mie instan dan makanan olahan terbesar di Indonesia adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, anak usaha milik Salim Group. Pertama kali didirikan pada tahun 1971, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk bergerak di industri pengolahan makanan dan minuman. Untuk memasuki pasar internasional, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mulai mengekspor mie instan ke berbagai negara ASEAN, Timur Tengah, dan Afrika pada akhir tahun 1980.

Anak perusahaan Grup Indofood bergabung pada tahun 1994, mengubah nama organisasi menjadi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, yang terutama bergerak dalam pengolahan mie instan dan Divisi Penyedap Rasa. Dalam rangka melakukan penawaran umum perdana (IPO) sebanyak 1.166.191.000 lembar saham ICBP dengan nilai nominal Rp. 100 per saham dengan harga penawaran Rp 5.395 per saham, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mendapat pernyataan efektif dari Bapepam-LK pada tanggal 24 September 2010. Pada tanggal 7 Oktober 2010, saham tersebut diperbolehkan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI).

Merek-merek yang dimiliki oleh Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mencakup berbagai kategori, seperti mie instan (Indomei, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, dan Mie Telur Ayam Cap 3), produk susu (Indomilk, Enaak, Tiga Sapi, Kremer, Orchid Butter, Indofood Ice Cream, Milkuat, dan Good To Go), penyedap makanan (Bumbu Racik, Indofood Freis).

Visi dan misi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk :

1) Visi

Menjadi perusahaan penyedia makanan bermerek dan bermutu bagi jutaan konsumen di Indonesia dan juga di berbagai penjuru dunia.

2) Misi

(1) Meningkatkan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk metode manufaktur, teknologi, dan kemahiran pekerja secara konstan.

(2) Menawarkan produk pilihan pelanggan yang berkualitas tinggi, inovatif, dan harga terjangkau

(3) Menjamin aksesibilitas produk bagi pelanggan domestik dan internasional

(4) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia, khususnya di bidang gizi

(5) Senantiasa meningkatkan nilai pemangku kepentingan.

PT. Mayora Indah Tbk

Dengan akta no. 204 tanggal 17 Februari 1977, notaris Poppy Savitri Parmanto SH membentuk PT. Mayora Indah Tbk. Melainkan notaris Ridwan Suselo SH. Akta pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. Y.A.5/5/14 tanggal 3 Januari 1978, dan telah didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Tangerang dengan Kepaniteraan No. 2/PNTNG. /1978 tanggal 10 Januari 1978.

Perubahan Anggaran Dasar Perseroan yang terakhir termasuk perubahan maksud dan tujuan perseroan, dilakukan dengan akta yang ditandatangani oleh Notaris Adam Kasdarmadji SH. 448 tanggal 27 Juni 1997. Dalam Surat Keputusan No. C2-620.HT.01.04.TH98 tanggal 6 Februari 1998, Menteri Kehakiman Republik Indonesia menyetujui akta perubahan tersebut. Perusahaan berkantor pusat di Tangerang dan mempunyai pabrik di sana serta di Bekasi. Di Jakarta, di Gedung Mayora, Jl. Tomang Raya No. 21–23, merupakan lokasi kantor pusat perusahaan.

Pada tanggal 25 Mei 1990, MYOR menerima pernyataan sah dari Bapepam-LK yang memberi wewenang kepada perusahaan tersebut untuk menjual 3.000.000 lembar sahamnya dalam penawaran umum perdana (IPO) kepada masyarakat umum dengan harga Rp9.300 per saham,

dengan nilai nominal Rp1.000 per saham. membagikan. Pada tanggal 4 Juli 1990, saham tersebut diterima diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI). PT Mayora Indah Tbk menawarkan berbagai macam barang, antara lain permen, wafer, coklat, makanan kesehatan, kopi, bubur, mie instan, dan minuman, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain seperti Malaysia, Thailand, Filipina, Vietnam, Singapura, Hong Kong, Arab Saudi, Australia, Afrika, dan Amerika. Visi dan misi PT Mayora Indah Tbk :

1) Visi

untuk menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk yang sebanding dan menjadikan diri kami sebagai produsen makanan dan minuman berkualitas tinggi dan dapat diandalkan di mata konsumen dalam dan luar negeri.

2) Misi

kemampuan untuk mencapai Laba Bersih Operasional di atas standar industri, memberikan nilai tambah yang baik bagi seluruh pemangku kepentingan Perusahaan.

PT Unilever Indonesia Tbk

Zeepfabrieken N.V. Lever didirikan dengan nama PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) pada tanggal 5 Desember 1933, dengan akta No. 33 yang ditandatangani oleh Tuan A.H. van Ophuijsen, notaris di Batavia. Dengan menggunakan surat nomor 14, Gubernur Jenderal Negerlandsch-Indie menerima akta tersebut pada tanggal 16 Desember 1933. Pada tanggal 22 Desember 1933 dicatat di Raad van Justitie di Batavia dengan nomor 302, dan pada tanggal 9 Januari 1934 dicatat di Raad van Justitie di Batavia dengan nomor 302. diterbitkan dalam Tambahan No. 3 Javasche Courant.

Nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Indonesia melalui akta no. 171 yang ditandatangani oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi pada tanggal 22 Juli 1980. Nama perusahaan diubah menjadi PT Unilever Tbk dengan akta no. 92 ditandatangani oleh Notaris Bapak Mudofir Hadi, S.H. pada tanggal 30 Juni 1997. Dengan Surat Keputusan C2-1.049HT.01.04.TH.98 tanggal 23 Februari 1998, Menteri Kehakiman menyetujui akta ini, yang kemudian diumumkan dalam Tambahan Lembaran Negara Nomor 9 Nomor 2620 tentang 15 Mei 1998.

Berdasarkan izin dari Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No. SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 16 November 1981, perusahaan tersebut mencatatkan 15% sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Para pemegang saham menyetujui pemecahan saham dalam rapat umum tahunan perseroan tanggal 24 Juni 2003 dengan menurunkan

nilai nominal saham dari Rp 100 per saham menjadi Rp 10. Perubahan ini dilakukan di hadapan notaris dengan akta No. 46 yang ditandatangani oleh notaris Singgih Susilo, S.H., tanggal 10 Juli 2003, dan disahkan dengan Surat Keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003 dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Bidang usaha PT Unilever Indonesia Tbk memproduksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur, makanan berbahan susu, es krim, makanan ringan, dan minuman berbahan dasar teh, serta kosmetik.

Visi dan misi PT Unilever Indonesia Tbk :

1) Visi

- 1) Setiap hari, kami berusaha menciptakan masa depan yang lebih baik
- 2) Dengan produk dan jasa yang bermanfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain
- 3) kami membantu orang merasa baik, berpenampilan baik, dan lebih menikmati hidup
- 4) Kami akan menciptakan model bisnis baru dengan tujuan melipatgandakan ukuran perusahaan kami sekaligus meminimalkan dampak lingkungan
- 5) Kita menjadi teladan bagi individu untuk melakukan hal-hal kecil setiap hari yang dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap dunia.

2) Misi

- (1)Menjadi yang pertama dan terbaik di kelasnya dalam memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen
- (2)Menjadi sumber daya utama bagi pelanggan, dunia usaha, dan komunitas.
- (3) Menghilangkan proyek-proyek yang tidak memiliki tujuan akhir yang jelas dari semua proses.
- (4)Menjadi perusahaan yang bernilai bagi masyarakat dengan mempunyai produktivitas yang tinggi.
- (5)Tujuannya adalah untuk meningkatkan target pertumbuhan yang bermanfaat dan memberikan dukungan bagi rata-rata karyawan dan pelaku pasar saham.

Pembahasan Hasil Penelitian

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Profitabilitas yang diukur menggunakan Return On Asset (ROA) dan Leverage yang diukur menggunakan Debt To Total Asset (DAR) terhadap Tax Avoidance yang diukur

menggunakan Cash Efektif Tax Rate (CETR) Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode triwulan tahun 2020 – 2021. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data dalam penelitian ini diperoleh dari situs resmi www.idx.co.id.

Adapun data-data pergerakan variabel dependen dan independen pada masing-masing Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2021.

Tabel 2
Data Keuangan ROA,DAR, Sales Growth dan CETR
Perusahaan Consumer Goods yang tercatat di BEI periode 2020 – 2021

Nama Perusahaan	Tahun	ROA	DAR	Sales Growth	CETR
PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)	2020	5,01	31,64	6,67	7.82
	2020	8,35	30,58	4,15	23.50
	2020	4,47	53,32	3,37	20.48
	2020	7,16	51,42	10,27	16.92
	2021	2,45	51,23	25,70	6.17
	2021	3,93	50,33	22,35	38.44
	2021	5,82	50,75	25,74	31.13
PT. Mayora Indah Tbk (MYOR)	2020	4,78	44,30	-10,55	2.29
	2020	5,11	40,81	-8,10	2.36
	2020	8,19	43,10	-2,11	17.69
	2020	10,42	43,01	-2,20	22.97
	2021	3,91	42,44	36,36	1.10
	2021	4,61	39,40	18,69	19.93
	2021	4,86	45,02	13,12	25.92
PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2020	8,65	66,49	4,58	12.67
	2020	16,95	58,75	1,47	14.58
	2020	25,80	69,23	0,30	16.15
	2020	34,89	75,96	0,12	18.39
	2021	7,84	69,69	-7,80	22.73
	2021	15,02	80,20	-7,33	30.84
	2021	21,67	73,64	-7,48	25.92
PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA)	2020	-1,79	92,29	-2,09	10.36
	2020	-4,69	93,33	-20,88	8.14
	2020	-7,17	95,72	-22,91	7.55
	2020	-8,99	95,90	-22,05	8.78
	2021	-1,78	97,85	-13,39	18.82
	2021	-2,27	97,29	-3,43	10.00

	2021	-4,24	99,30	-3,58	4.92
	2021	-7,26	87,43	-1,35	7.86
Tertinggi		34.89	99.30	36.36	38.44
Terendah		-8.99	30.58	-22.91	1.10
Rata-rata		6.72	63.88	2.04	16.67

Sumber : GISBEI UNISKA, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya ROA, DAR, Sales Growth dan CETR pada perusahaan Consumer Good selama periode triwulan tahun 2020 – 2021 mengalami keadaan perubahan harga yang naik turun secara tidak pasti atau bisa disebut dengan fluktuasi. Selama periode triwulan tahun 2020 – 2021 yaitu rata – rata nilai Return On Asset (ROA) yaitu 6.72%, ROA tertinggi selama periode tersebut sebesar 34.89% berasal dari PT Unilever Indonesia Tbk di triwulan ke-4 tahun 2020 dan terendah sebesar -8.99% berasal dari Perusahaan PT Matahari Putra Prima Tbk triwulan ke-4 tahun 2020.

Rata-rata nilai Debt To Total Asset (DAR) Perusahaan Consumer Goods selama periode triwulan tahun 2020 – 2021 yaitu 63.88%, nilai DAR tertinggi selama periode adalah sebesar 99.30% berasal dari PT Matahari Putra Prima Tbk di triwulan ke-3 tahun 2021 dan nilai DAR terendah sebesar 30.58% berasal dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di triwulan ke-2 tahun 2020.

Selanjutnya untuk rata – rata nilai Seles Growth Perusahaan Consumer Goods selama periode triwulan tahun 2020 – 2021 yaitu 2.04%, Seles Growth tertinggi selama periode tersebut adalah 36.36% berasal dari PT. Mayora Indah Tbk di triwulan ke-1 tahun 2021 dan Seles Growth terendah sebesar -22.91% berasal dari PT Matahari Putra Prima Tbk di triwulan ke-3 tahun 2020.

Kemudian untuk rata – rata nilai Cash Efektif Tax Rate (CETR) Perusahaan Consumer Goods selama periode triwulan tahun 2020 – 2021 yaitu 16.67%, CETR tertinggi selama periode tersebut adalah 38.44% berasal dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di triwulan ke-2 tahun 2021 dan CETR terendah sebesar 1.10% berasal dari PT. Mayora Indah Tbk di triwulan ke-1 tahun 2021.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Analisis Statistik Deskriptif

	ROA	DAR	SG	CETR
Mean	6.721250	63.88688	2.045625	16.67875
Median	5.060000	56.20000	-0.615000	17.30500
Maximum	34.89000	99.30000	36.36000	38.44000
Minimum	-8.990000	30.58000	-22.91000	1.100000
Std. Dev.	10.31506	22.17791	14.46028	9.648470
Skewness	0.987486	0.292481	0.420662	0.191816
Kurtosis	3.874120	1.681544	2.731115	2.176991
Jarque-Bera	6.219465	2.774008	1.040167	1.099355
Probability	0.044613	0.249823	0.594471	0.577136
Sum	215.0800	2044.380	65.46000	533.7200
Sum Sq. Dev.	3298.413	15247.65	6482.094	2885.882
Observations	32	32	32	32

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel (X1) ROA memiliki nilai rata-rata sebesar 6.72, nilai maksimum 34.89 dan nilai minimum -8.99 serta standar deviasi 10.31 dengan jumlah observasi 32 perusahaan. Seperti yang diketahui, ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang dihasilkan dari modal yang diinvestasikan.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel (X2) DAR memiliki nilai rata-rata 63.88, nilai maksimum 99.30 dan nilai minimum 30.58 serta nilai standar deviasi 22.17 dengan jumlah observasi 32 perusahaan. Seperti diketahui, rasio DAR untuk mengetahui seberapa besar pengaruh utangya terhadap pengelolaan asetnya.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel (Z) Sales Growth memiliki nilai rata-rata 2.04, nilai maksimum 36.36 dan nilai minimum -22.91 serta nilai standar deviasi 14.46 dengan jumlah observasi sebanyak 32 perusahaan. Sales Growth digunakan untuk mengetahui besarnya peningkatan jumlah penjualan periode ke periode.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel (Y) CETR memiliki nilai rata-rata 16.67, nilai maksimum 38.44 dan nilai minimum 1.10 serta nilai standar deviasi 9.64 dengan jumlah obesvasi 32 perusahaan. CETR merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menilai pembayaran pajak dari laporan arus kas.

Uji pemilihan model Regresi Data Panel

Uji Chow

Fixed effect akan dipilih pada model regresi data panel, sesuai hipotesis jika nilai cross section chi-square signifikan (0,05). Sebaliknya, Common effect akan diterapkan jika nilai chi-kuadrat penampang lebih besar dari (0,05)..

Tabel 4.

Hasil Uji Chow

Effect Test	Statistic	Df	Prob.
Cross-section F	1.720556	(3,25)	0.1884
Cross-section Chi-square	6.006273	3	0.1113

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji chow pada table 4 nilai yang diperoleh pada tabel probabilitas (Prob.) untuk cross-section F yaitu $0.1884 > 0.05$ maka model yang terpilih adalah Common effect.

Uji Hausman

Asumsi yang dibuat dalam pemilihan model regresi data panel adalah model fixed effect sebaiknya digunakan jika nilai random cross section signifikan (0,05). Sebaliknya, jika nilai random cross section lebih dari signifikan (0,05), maka dipilih random effect model.

Tabel 5.

Hasil Uji Hausman test

Test Summary	Chi-Square Statistic	Chi-Square Df	Prob.
Cross-section random	5.161668	3	0.1603

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel 5 didapatkan nilai (Prob.) yaitu sebesar 0.1603 > 0.05 maka model yang terpilih adalah random effect. Karena pada uji hausman test yang terpilih adalah random effect maka perlu dilakukan pengujian Uji Lagrange Multiplier Test.

Hasil Uji Lagrange Multiplier

Jika nilai Breusch-Pagan (Both) signifikan (0,05), maka diasumsikan model regresi data panel akan ditentukan oleh random effect model. Sebaliknya, model common effect dipilih jika nilai random cross section > signifikan (0,05).

Tabel 6.

Hasil Uji Breusch-Pagan Lagrange Multiplier

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	0.548413	0.197610	0.746024
	(0.4590)	(0.6567)	(0.3877)

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji Breusch-pagan lagrange multiplier test pada tabel 6 didapatkan nilai breusch-pagan (Both) yaitu sebesar (0.3877) > 0.05 maka model yang terpilih adalah common effect, sehingga hasil output common effect yang akan dijadikan permodelan regresi.

Hasil Analisis Regresi Linier Data Panel Model Common Effect

Tabel 7.

Hasil Analisis Regresi Linier Data Panel

Variabel	Regresi (B)	t hitung	Sig-t	Keterangan
X1 (ROA)	0.3596	2.2323	0.0338	Ho ditolak
X2 (DAR)	0.0136	0.1424	0.8878	Ho diterima
Z (SG)	0.1654	1.1571	0.2570	Ho diterima
Konstanta (a)			13.0577	
Nilai Koefisien Determinan (R ²)			0.2134	
Y			CETR	

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat hasil dari analisis regresi linier data panel dimana nilai konstanta (a) sebesar 13.0577, nilai regresi ROA (X1) sebesar 0.3596, nilai regresi DAR (X2) sebesar 0.0136, dan nilai regresi SG (Z) sebesar 0.1654, sehingga dihasilkan persamaan regresi linier data panel sebagai berikut :

$$Y = 13.0577 + 0.3596X_1 + 0.0136X_2 + 0.1654Z$$

Dari persamaan yang telah dituliskan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

(1) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 0.2127 menunjukkan bahwa variabel bebas ROA (X1), DAR (X2) dan SG (Z) jika bernilai 0, maka CETR (Y) naik sebesar 13.0577 satuan.

(2) Koefisien Regresi X_1

Nilai koefisien ROA (X1) sebesar 0.3596 menunjukkan bahwa jika DAR (X2) dan SG (Z) nilainya tetap, maka CETR (Y) naik sebesar 0.3596 satuan.

(3) Koefisien Regresi X_2

Nilai koefisien DAR (X2) sebesar 0.0136 menunjukkan bahwa jika ROA (X1) dan SG (Z) nilainya tetap, maka CETR (Y) turun sebesar 0.0136 satuan.

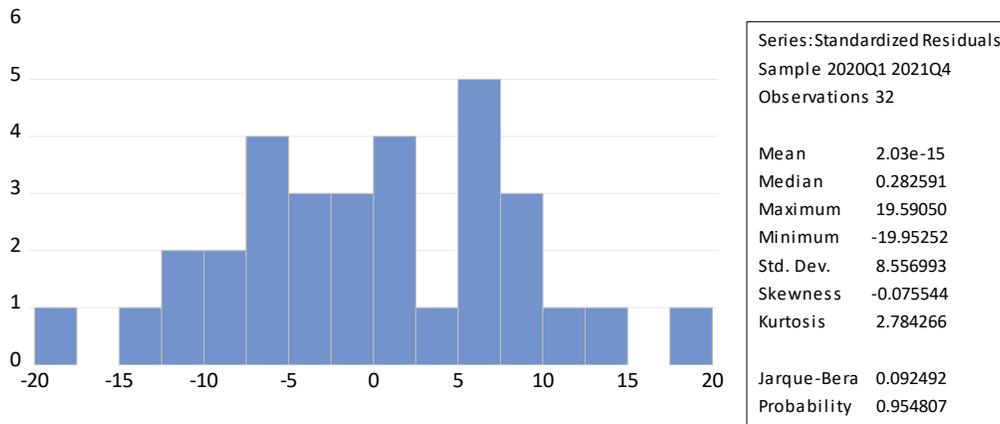
(4) Koefisien Regresi Z

Nilai koefisien SG (Z) sebesar 0.1654 menunjukkan bahwa jika ROA (X1) dan DAR (X2) nilainya tetap, maka CETR (Y) naik sebesar 0.1654 satuan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian ini menggunakan uji Jarque-Bera yang memiliki tingkat alpha 0,05. Nilai probabilitas statistik JB menjadi dasar pemilihan, mengingat asumsi normalitas terpenuhi jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 dan dilanggar jika kurang dari 0,05.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan Uji Jarque-Bera

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar 1 didapatkan nilai dalam tabel J-B (Jarque-Bera) sebesar 0.09548 dan p-value 0.9548 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Koefisien korelasi antar variabel dalam matriks korelasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi gejala multikolinearitas. Dapat diasumsikan terjadi multikorelasi jika korelasi antar variabel independen relatif kuat atau > 0,80, seperti yang disajikan dalam tabel 4.7.

Tabel 8.

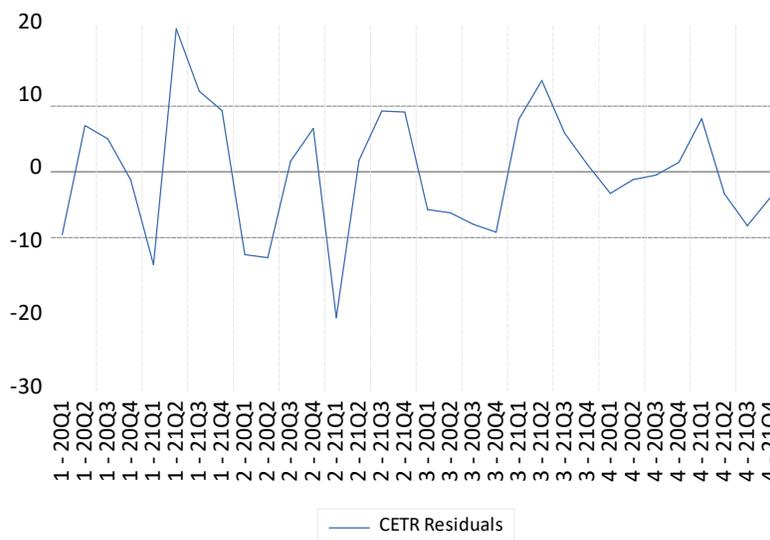
Hasil Uji Multikolinearitas

ROA	DAR	SG
1	-0.2232	-0.6212
-0.2232	1	0.0754
-0.6212	0.0754	1

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.7 nilai koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau dibawah 0.8, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

4.2.4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel gambar 4.2 bahwa dari grafik residual (warna Biru) berada diantara 20 dan -30 yaitu tidak melewati batas (500 dan -500), artinya varian residual sama. Oleh sebab itu tidak terjadi gejala heterokedastisitas atau lolos uji heterokedastisitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Dengan Sales Growth Sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2021, maka dapat disimpulkan :

- 1) Profitabilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2021.
- 2) Leverage tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2021.
- 3) Sales Growth Bukan variabel moderasi antara Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2021.
- 4) Sales Growth Bukan variabel moderasi antara Leverage terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2021.

Keterbatasan Masalah

Terdapat berbagai batasan pada temuan analisis dan kesimpulan penelitian, yang dapat berdampak pada temuan akhir. Berikut ini adalah kekurangan dari penelitian ini :

- 1) Penelitian ini hanya menggunakan Perusahaan Consumer Goods masuk dalam kategori Saham terbaik Menurut IDX periode 2020-2021.

Saran

- 1) Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel lain yang memungkinkan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap tindakan penghindaran pajak.

- 2) Perusahaan harus meningkatkan Profitabilitasnya, Jika Profitabilitas perusahaan tinggi dapat menghindari melakukan Penghindaran Pajak, sehingga hal tersebut dapat menambah pendapatan pemerintah yang nantinya dimanfaatkan untuk menyejahterakan negara.
- 3) Perusahaan harus lebih jeli dalam melihat peluang, beberapa negara memiliki aturan perpajakan yang memungkinkan bunga atas utang untuk dikurangkan dari pendapatan kena pajak. Hal ini dapat mengurangi beban pajak perusahaan, yang dapat meningkatkan laba bersih.
- 4) Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan Pertumbuhan penjualannya, Hal tersebut dapat memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan insentif-insentif pajak untuk mengurangi beban pajak mereka.
- 5) Untuk menutup celah bagi wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak, baik secara sah maupun pidana, pemerintah harus melakukan evaluasi berkala terhadap undang-undang perpajakan yang berlaku melalui Direktorat Jenderal Pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariawan, I.M.A.R. and Setiawan, P.E. (2017) 'E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana PENGARUH DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN , KEPEMILIKAN AVOIDANCE Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRA', 18, pp. 1831–1859.
- Astuti, T.P. and Aryani, Y.A. (2017) 'Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2001-2014', *Jurnal Akuntansi*, 20(3), pp. 375–388. Available at: <https://doi.org/10.24912/ja.v20i3.4>.
- Fahmi, I. (2015) *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- (2020) *Analisi Kinerja Keuangan. Keempat*. Bandung: Alfabeta.
- Mardiasmo (2019) *PERPAJAKAN. Terbaru*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Mustaqim, Sholihin, U. and Ayuanti, R. novia (2022) 'Pengaruh Earning Per Share (Eps) Dan Return On Assets (Roa) Terhadap Harga Saham (Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2021)', *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), pp. 218–225. Available at: <https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i4.740>.
- Noor Faidzah Rachmawati, Edi Murdiyanto and Zulfia Rahmawati (2022) 'Pengaruh Tato, Dar Dan Roa Terhadap Pbv Perusahaan Yang Terdaftar Diindeks Lq45 Bei 2018-2020', *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), pp. 155–168. Available at: <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i2.478>.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Edisi dua. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, v. W. (2017) *Manajemen Keuanagan*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.