

## **Implementasi Strategi Bisnis Dan Pengungkapan Esg Terhadap Tax avoidance**

**FERONIKA OKTIANI<sup>1</sup>, ARIS SANULIKA<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: <sup>1</sup>frnkaoktni@gmail.com

### **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of Business Strategy and ESG on Tax avoidance in Consumer Non-Cyclical companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) for the 2017-2022 period. The population in this study is 125 non-cyclical consumer companies registered on the IDX in 2017-2022. The sample selection technique uses a purposive sampling method, the sample obtained was 10 companies with 60 observation data after outliers were carried out. The data source is secondary data with quantitative methods. The analysis technique used is multiple linear regression with the help of the EViews version 10 application program. Based on the test results, this research states that (1) Marketing has no partial effect on Tax avoidance , (2) Company Capability has no partial effect on Tax avoidance , (3) Company Growth Rate has no partial effect on Tax avoidance , (4) Fixed Asset Intensity has no partial effect on Tax avoidance , (5) ESG has a partial effect on Tax avoidance .*

**Keywords:** Business Strategy; ESG ; and Tax avoidance

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Strategi Bisnis dan ESG terhadap Tax avoidance pada perusahaan Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan consumer non cyclicals yang terdaftar di BEI tahun 2017-2022 berjumlah 125 perusahaan. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling, sampel diperoleh sebanyak 10 perusahaan dengan 60 data observasi setelah dilakukan Outlier. Sumber data adalah data sekunder dengan metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program aplikasi EViews versi 10. Berdasarkan hasil pengujian, maka penelitian ini menyatakan bahwa (1) Pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap Tax avoidance , (2) Kemampuan Perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Tax avoidance , (3) Tingkat Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Tax avoidance , (4) Intensitas Aset Tetap tidak berpengaruh secara parsial terhadap Tax avoidance , (5) ESG berpengaruh secara parsial terhadap Tax avoidance .

**Kata Kunci:** Strategi Bisnis; ESG; Tax Avoidance

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA\\_Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)

## 1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber pendapatan bagi negara Indonesia. Pajak ini menjadi pendapatan paling besar bagi negara Indonesia. Pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) menetapkan kebijakan dan peraturan untuk mengelola pajak menjadi salah satu sarana pengelolaan uang negara. Menurut Hidayati *et al.*, (2023) Penghindaran pembayaran pajak merupakan salah satu opsi legal yang tersedia bagi pihak tertentu untuk menghindari pembayaran pajak tanpa melanggar hukum. Perilaku terkait penghindaran pajak ini lebih banyak memanfaatkan celah dalam undang-undang perpajakan yang berdampak pada penurunan pendapatan negara dari sektor pajak. Perusahaan yang mengelola pajak secara efektif diharapkan memiliki informasi akuntansi secara transparan, mengurangi *asimetri* informasi dan menciptakan kepercayaan sosial bahwa mereka membayar bagian dari pajak secara adil serta menghindari *tax avoidance* (Anggraini & Wahyudi, 2022). Kepatuhan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya merupakan hal penting dari sektor pajak yaitu meningkatkan penerimaan negara. Sebaliknya, kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan oleh perusahaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan penerimaan negara dari departemen pajak. Terdapat banyak faktor yang dapat berkaitan dengan *tax avoidance* salah satunya yaitu strategi bisnis, dan kinerja ESG.

Sambutan wajib pajak terutama wajib pajak badan (perusahaan) tidaklah selalu baik dalam hal pemungutan pajak. Ada perbedaan kepentingan antara pemerintahan selaku penerima pajak dan perusahaan selaku wajib pajak. Pajak bagi negara merupakan sumber pendapatan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan, namun bagi perusahaan pajak adalah beban yang akan mengurangi laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan. Sebagai perusahaan yang berorientasi laba, sudah tentu suatu perusahaan berusaha meminimalkan beban pajak.

*Tax avoidance* adalah salah satu praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak untuk dapat mengurangi beban pajak dengan cara memanfaatkan celah peraturan perpajakan dengan tujuan untuk menekan atau meminimalisasi jumlah pajak yang harus dibayar. *Tax avoidance* juga banyak diartikan sebagai tindakan yang legal karena dalam praktiknya wajib pajak memanfaatkan celah undang-undang atau peraturan perpajakan. Hal ini menjadikan *tax avoidance* sebagai persoalan yang rumit dan unik. Banyaknya fenomena yang terjadi sehubungan dengan *tax avoidance* menjadikan banyak peneliti untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *tax avoidance*, (Hendrani *et al.*, 2022).

Sesuai dengan pasal 32 PP 55/2022, menteri keuangan diberi kewenangan mencegah praktik penghindaran pajak melalui beragam *instrument*. “Menteri berwenang mencegah praktik penghindaran pajak sebagai upaya yang dilakukan wajib pajak untuk mengurangi menghindari atau menunda pembayaran pajak yang seharusnya terutang yang bertentangan dengan maksud dan tujuan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan,” bunyi pasal 32 ayat (1) PP 55/2022.

Dilansir dari <https://www.kompasiana.com> di temukan kasus penghindaran pajak di Indonesia pada PT Bentoel Internasional Investama yang merupakan perusahaan rokok terbesar kedua setelah HM Sampoerna di Indonesia. Menurut laporan dari Lembaga Tax Justice Network pada Rabu, 8 Mei 2019 perusahaan tembakau milik *British American Tobacco* (BAT) melakukan penghindaran pajak melalui PT Bentoel Internasional Investama. Laporan tersebut menjelaskan BAT telah mengalihkan sebagian pendapatannya keluar dari Indonesia dengan cara Pinjaman Intra Perusahaan.

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA\\_Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)

Bentoel harus membayar total bunga pinjaman sebesar Rp 2,25 triliun setara US\$ 164 juta. Bunga ini akan dikurangkan dari penghasilan kena pajak di Indonesia. Secara rinci pembayaran bunga utang pada tahun 2013 sebesar US\$ 6,3 juta, tahun 2014 sebesar US\$ 43 juta, tahun 2015 dan 2016 masing-masing sebesar US\$ 68,8 juta dan US\$ 45,8 juta

Indonesia menerapkan pemotongan pajak tersebut sebesar 20%, namun karena ada perjanjian dengan Belanda maka pajaknya menjadi 0%. Sedangkan pinjaman asli tidak langsung dari perusahaan di Jersey karena Indonesia dan Inggris tidak memiliki perjanjian serupa. Indonesia Inggris memiliki perjanjian dengan penetapan tarif pajak atas bunga sebesar 10%.

Dari strategi tersebut, maka Indonesia kehilangan pendapatan bagi negara sebesar US\$ 11 juta per tahun. Pasalnya dari utang US\$ 164 juta Indonesia, harusnya bisa mengenakan pajak 20% atau US\$ 33 juta atau US\$ 11 juta per tahun. Secara harfiah, praktik *tax avoidance* atau penghindaran pajak ini tidak melanggar aturan perundangan-undangan perpajakan yang berlaku, jadi bisa dikatakan praktik ini legal atau sah. Meskipun dikatakan legal namun sebenarnya bertentangan dengan tujuan yang diatur dalam undang-undang perpajakan.

Berdasarkan fakta dari fenomena tersebut, maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *tax avoidance* yaitu pertama strategi bisnis. Strategi bisnis merupakan keputusan yang dirancang oleh pihak manajemen sebelum proses operasi perusahaan dijalankan. Seluruh aktivitas perusahaan akan ditentukan oleh strategi bisnisnya, semua proses operasional dan transaksi perusahaan yang dilakukan perusahaan harus disesuaikan dengan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya (Veronica & Kurnia, 2021). Perusahaan akan menang bersaing dalam pasar sangat ditentukannya oleh strategi bisnisnya (Anggraini *et al.*, 2020). Pajak mempengaruhi keputusan strategi bisnis dari perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Suatu keputusan bisnis bisa jadi tidak baik jika berhubungan dengan pajak. Sementara itu penelitian Hendrani *et al.*, (2022), dan Wardani & Khoiriyah, (2018) menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *tax avoidance* adalah ESG (*Environmental, Social, and Governance*). Berinvestasi di perusahaan yang terlibat ESG dapat meningkatkan reputasi perusahaan dengan memaksimalkan kepercayaan pemangku kepentingan yang akan berdampak positif pada nilai perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang memperhatikan reputasinya mengakibatkan manajemen cenderung mempertahankan reputasinya atau meningkatkan reputasi mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut didapatkan bahwa adanya hubungan antara reputasi perusahaan dengan ESG terhadap pengaruh *tax avoidance*. Di mana perusahaan dengan reputasi yang baik dan keterlibatannya pada ESG menunjukkan proses usaha yang lebih memperhatikan faktor lingkungan, sosial serta tata kelola yang baik dan ini mewakili nilai tambah bagi perusahaan di mata investor.

Pada penelitian yang telah diuji oleh Anggraini *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* berarti apapun strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi pembayaran pajak perusahaan. Hasil penelitian tentang faktor ini didukung oleh penelitian Hendrani *et al.*, (2022) di mana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Akibat tidak konsistennya penerapan strategi, maka dengan menggunakan strategi apa pun tetap tidak ada pengaruhnya dengan besaran tingkat penghindaran pajak. Hal berbeda yang dijabarkan oleh penelitian Purba *et al.*, (2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Hal ini memiliki arti bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktor lain yang mempengaruhi *tax avoidance* adalah ESG. Jika perusahaan terlibat ESG dapat meningkatkan reputasi perusahaan dengan memaksimalkan kepercayaan pemangku kepentingan yang akan berdampak positif pada nilai perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang memperhatikan reputasinya mengakibatkan manajemen cenderung mempertahankan reputasinya atau meningkatkan reputasi mereka. Berdasarkan pernyataan tersebut didapatkan bahwa adanya hubungan antara reputasi perusahaan dengan ESG terhadap pengaruh *tax avoidance*. Di mana perusahaan dengan reputasi yang baik dan keterlibatannya pada ESG menunjukkan proses usaha yang lebih memperhatikan faktor lingkungan, sosial serta tata kelola yang baik dan ini mewakili nilai tambah bagi perusahaan di mata investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurlaely & Dewi, (2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan terhadap *tax avoidance*. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan komitmen yang lebih baik terhadap aspek lingkungan dan sosial cenderung memiliki praktik penghindaran pajak (*Tax avoidance*) yang lebih rendah. Perusahaan-perusahaan yang mengintegrasikan kebijakan lingkungan dan sosial secara mendalam ke dalam strategi operasional mereka tampak lebih berupaya untuk menjaga integritas dan transparansi dalam segala aspek, termasuk kepatuhan pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Wahyudi, (2022) menyatakan bahwa ESG tidak memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance*. Berdasarkan hasil penelitian ini, terungkap bahwa nilai ESG yang dimiliki oleh perusahaan tidak memberikan dorongan yang cukup bagi perusahaan untuk menghindari praktik penghindaran pajak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki skor ESG yang tinggi, hal ini tidak secara otomatis memotivasi mereka untuk berperilaku lebih etis dalam hal kewajiban pajak mereka. Dengan kata lain, meskipun perusahaan mungkin berupaya untuk memenuhi standar ESG, upaya tersebut tidak selalu mencakup penghindaran praktik penghindaran pajak yang sering kali dilakukan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan.

Berdasarkan *fenomena* dan *research gap* yang sudah di paparkan, meskipun sudah ada peraturan yang di terima oleh perusahaan apabila melakukan penghindaran pajak, namun masih banyak perusahaan yang melakukan penghindaran pajak. Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak akan mendapatkan pandangan buruk dilingkungan pemerintah

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### *Tax avoidance*

Menurut (Abdurachman *et al.*, 2021) *Tax avoidance* adalah tindakan yang dilakukan wajib pajak untuk meminimalkan beban pajak tanpa melanggar peraturan dan ketentuan perpajakan (legal) yang ada. Pada umumnya banyak perusahaan yang selalu berupaya untuk memperkecil beban usahanya, salah satunya ialah beban pajak, karena dengan adanya beban pajak dapat mengurangi laba yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan akan mengusahakan cara untuk mengecilkan pembayaran pajak.

Menurut (Jauharah & Sanulika, 2024) Penghindaran pajak adalah strategi yang sah bagi para wajib pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar, karena metode ini sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Di Indonesia, sistem

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
<https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA Multiparadigma>

pemungutan pajak menggunakan sistem *selfassessment*, di mana para wajib pajak bertanggung jawab untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak mereka. Setiap warga negara memiliki kewajiban untuk membayar pajak karena pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara

Ruang lingkup *tax avoidance* dibagi menjadi subjek dan objek. Subjek merupakan wajib pajak seperti orang pribadi dan badan usaha baik itu dalam negeri maupun luar negeri yang ingin meminimalkan beban pajaknya dengan ketentuan perpajakan yang sudah diatur oleh suatu negara. Sedangkan objek yaitu penghasilan wajib pajak yang menambah pendapatan wajib pajak dalam bentuk apapun dan mempengaruhi beban pajak wajib pajak. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk menghitung penghindaran pajak dengan menggunakan *Effective Tax Rate (ETR)*. ETR adalah proksi negative. Di mana jika ETR tinggi maka penghindaran pajaknya rendah, sedangkan jika ETR rendah maka penghindaran pajaknya tinggi.

### Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan bertujuan agar perusahaan dapat beradaptasi menghadapi lingkungan yang kompetitif. Menurut (Veronica & Kurnia, 2021) strategi bisnis dapat dibedakan sesuai dengan proses adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungannya. Adapun topologi strategi yang dimaksud yaitu *defender* atau bertahan dan *prospector*. Strategi bisnis *defender* adalah strategi bisnis pada perusahaan yang memiliki domain produk pasar yang sempit, dan berfokus pada efisiensi biaya dan struktur organisasi yang stabil. Sedangkan *strategi prospector* adalah strategi bisnis pada perusahaan yang memiliki domain produk pasar yang sangat luas, fokus pada inovasi dan struktur organisasi yang fleksibel. Dalam melaksanakan strategi bisnis pasti perusahaan akan mengeluarkan biaya transaksi yang berbeda-beda termasuk itu biaya pajak sehingga pajak sangat berhubungan dengan setiap aktivitas pada perusahaan. Penghindaran pajak pada perusahaan memerlukan perencanaan pajak yang baik, perusahaan harus mengetahui biaya dan manfaat agar tidak memunculkan kerugian yang disebabkan biaya yang tinggi dan denda pajak yang muncul. Hal ini menunjukkan ketika perusahaan memiliki strategi bisnis yang baik memungkinkan perusahaan untuk melakukan *tax avoidance*.

Menurut (Nurrahmi & Rahayu, 2020) Strategi bisnis merupakan salah satu keputusan penting yang dibuat oleh manajer sebelum proses bisnis perusahaan dijalankan. Strategi ini mencakup berbagai aspek, seperti penentuan tujuan jangka pendek dan jangka panjang, analisis pasar, identifikasi peluang dan ancaman, serta pengembangan rencana tindakan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat, manajer dapat mengarahkan perusahaan menuju pertumbuhan dan keberhasilan yang berkelanjutan. Keputusan strategis ini juga mencakup pemilihan sumber daya yang akan digunakan, alokasi anggaran, serta penentuan kebijakan operasional yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Sebagai landasan operasional, strategi bisnis membantu manajer untuk mengambil keputusan yang lebih terarah dan efektif, serta memastikan bahwa seluruh tim bekerja secara sinergis dalam mencapai visi dan misi perusahaan.

### Pemasaran

Pemasaran (*Market*) adalah serangkaian proses dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menukar nilai yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan. Tujuan utama

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA\\_Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)



pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar dengan cara yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun konsumen. Ini mencakup berbagai elemen seperti riset pasar, pengembangan produk, strategi harga, promosi, distribusi, dan layanan pelanggan. Pemasaran tidak hanya fokus pada penjualan produk atau jasa, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan yang berkelanjutan.

### **Kemampuan Perusahaan**

Kemampuan Perusahaan (*Enterprise Management Process/Systems* atau EMP/S) merujuk pada serangkaian proses, sistem, dan praktik yang diterapkan untuk mengelola dan mengoptimalkan operasi bisnis secara keseluruhan. Ini mencakup aspek-aspek penting seperti manajemen sumber daya manusia, keuangan, produksi, rantai pasok, serta pengelolaan informasi dan strategi (Hendrani *et al.*, 2022). Dengan EMP/S, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memastikan kualitas produk dan layanan, serta mengambil keputusan berbasis data untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis. Melalui pendekatan yang terintegrasi dan sistematis, EMP/S membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang dengan mengelola risiko dan memanfaatkan peluang inovasi.

### **Tingkat Pertumbuhan Perusahaan**

Menurut Fathorrahman & Syaiful, (2019) tingkat pertumbuhan perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa cepat suatu perusahaan mengalami peningkatan dalam berbagai aspek keuangan dan operasionalnya dalam jangka waktu tertentu. Pertumbuhan ini dapat dilihat melalui beberapa metrik utama seperti pendapatan, laba, aset, ekuitas, dan pangsa pasar. Tingkat pertumbuhan sering digunakan sebagai indikator kinerja perusahaan dan potensinya untuk berkembang di masa depan.

### **Intensitas Aset Tetap**

Intensitas Aset Tetap (*Property, Plant, and Equipment Intensity* atau PPEINT) mengukur sejauh mana perusahaan mengandalkan aset tetap seperti properti, pabrik, dan peralatan dalam operasinya. Menurut Pratiwi & Pramita, (2021) rasio ini dihitung dengan membandingkan nilai aset tetap terhadap total pendapatan atau total aset perusahaan. PPEINT memberikan indikasi tentang kapitalisasi perusahaan dalam aset fisik dan menunjukkan seberapa besar investasi perusahaan dalam infrastruktur yang diperlukan untuk menghasilkan pendapatan. Tingginya intensitas aset tetap bisa menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dalam industri yang memerlukan investasi besar dalam fasilitas dan peralatan, seperti manufaktur atau energi, yang dapat mengakibatkan biaya tetap yang tinggi dan lebih sedikit fleksibilitas finansial. Sebaliknya, rendahnya intensitas aset tetap bisa menandakan bahwa perusahaan lebih bergantung pada aset tidak berwujud atau model bisnis yang lebih ringan aset, seperti perusahaan teknologi atau jasa.

### **ESG (*Environmental, Social & Governance*)**

ESG adalah konsep yang mengedepankan kegiatan pembangunan, investasi, atau bisnis yang berkelanjutan dengan tiga faktor atau kriteria utama, yaitu *environmental* (lingkungan), *social* (sosial), dan *governance* (tata kelola). Menurut Yoon *et al.*, (2021) suatu perusahaan yang menerapkan prinsip ESG dalam praktik bisnis dan investasinya berarti akan turut mengintegrasikan serta mengimplementasikan kebijakan perusahaan,

sehingga selaras dengan keberlangsungan tiga konsep tersebut . ESG merupakan inisiatif yang berasal dari kalangan swasta yang merespon desakan untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Menurut Anggraini & Wahyudi, (2022) pengukuran ESG mencakup seluruh dimensi tambahan kinerja perusahaan, yang tidak terlihat di dalam laporan keuangan karena dalam laporan keuangan, perusahaan tidak memiliki kapasitas untuk menginformasikan pihak manajemen dan investor terkait reputasi, kualitas, *brand capital*, keselamatan, budaya perusahaan, strategi dan cara untuk mengetahui aset lainnya yang lebih signifikan dalam perekonomian global berbasis pengetahuan . Sehingga indikator ESG akan menangkap lebih banyak pengungkapan data non keuangan dalam lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan dan bisa digunakan untuk evaluasi kapabilitas pengelolaan perusahaan sambil meminimalkan risiko.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh pemasaran terhadap *Tax avoidance***

Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan manusia untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan melalui proses pertukaran. Pada dasarnya, konsep pemasaran lebih menekankan pada orientasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan didukung oleh berbagai kegiatan pemasaran yang terpadu dan terkoordinasi. Meliputi riset pasar untuk memahami perilaku konsumen, pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan, penetapan harga yang kompetitif, promosi yang efektif untuk menjangkau target audiens, serta distribusi yang efisien untuk memastikan ketersediaan produk. Dengan pendekatan yang berpusat pada konsumen dan strategi pemasaran yang terintegrasi, perusahaan dapat menciptakan nilai yang berkelanjutan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba *et al.*, (2018) dan Ayem & Tarang, (2022) menyatakan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap *tax avoidance*, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathorrahman & Syaiful, (2019) bahwa pemasaran tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

#### **H1: Diduga Pemasaran berpengaruh terhadap *Tax avoidance***

#### **Pengaruh Kemampuan Perusahaan terhadap *Tax avoidance***

Kemampuan perusahaan merujuk pada serangkaian kapasitas, keterampilan, dan sumber daya yang dimiliki dan dikembangkan oleh suatu organisasi untuk mengelola operasinya secara efektif dan mencapai tujuan bisnisnya. Ini melibatkan integrasi berbagai aspek, mulai dari manajemen sumber daya manusia hingga strategi korporat, serta kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing. Kemampuan perusahaan mencakup keahlian dalam mengelola keuangan perusahaan dengan bijaksana, merencanakan dan melaksanakan strategi yang tepat, dan mengoptimalkan operasi dan rantai pasokan untuk meningkatkan efisiensi. Selain itu, kemampuan perusahaan juga mencakup kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, menghadapi risiko, dan memanfaatkan peluang yang muncul di pasar. Dengan memiliki kemampuan yang kuat, perusahaan dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik, membangun keunggulan kompetitif, dan mencapai keberhasilan jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendrani *et al.*, (2022) dan Ayem & Tarang, (2022) menyatakan bahwa kemampuan perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani &

Khoiriyah, (2018) bahwa kemampuan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* .

## **H2 : Diduga kemampuan perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance***

### **Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Tax Avoidance***

Tingkat pertumbuhan perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa cepat perusahaan mengalami peningkatan dalam berbagai aspek keuangan dan operasionalnya selama periode tertentu. Pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan kemampuan dan insentif untuk melakukan penghindaran pajak, tetapi juga dapat diimbangi oleh pengawasan yang lebih ketat dan pertimbangan reputasi. Efek bersih dari pertumbuhan perusahaan terhadap penghindaran pajak sangat bergantung pada keseimbangan dan konteks spesifik dari setiap perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh dan Purba *et al.*, (2018) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance* , hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathorrahman & Syaiful, (2019) bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* .

## **H3 : Diduga Tingkat pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance***

### **Pengaruh Intensitas Aset Tetap terhadap *Tax avoidance***

Intensitas Aset Tetap (*Property, Plant, and Equipment Intensity* atau PPEINT) adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan aset tetap seperti properti, pabrik, dan peralatan dalam operasinya. Rasio ini dihitung dengan membandingkan nilai total aset tetap perusahaan dengan ukuran lainnya seperti total pendapatan atau total aset. Intensitas aset tetap yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki investasi besar dalam aset fisik untuk mendukung kegiatan operasionalnya, sementara intensitas yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih bergantung pada aset non-fisik atau model bisnis yang lebih ringan aset. PPEINT memberikan gambaran tentang seberapa besar peran aset fisik dalam struktur modal perusahaan dan dapat menjadi indikator penting dalam menganalisis profil risiko dan potensi pertumbuhan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba *et al.*, (2018) dan Ayem & Tarang, (2022) menyatakan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh terhadap *tax avoidance* , hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Khoiriyah, (2018) bahwa intensitas aset tetap tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* .

## **H4: Diduga intensitas aset tetap berpengaruh terhadap *tax avoidance***

### **Pengaruh ESG terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis kedua menyatakan bahwa ESG berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance* . Namun berdasarkan hasil uji t (uji parsial) diketahui bahwa ESG tidak memiliki pengaruh terhadap *tax avoidance* berarti hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai dari ESG yang dimiliki oleh perusahaan tidak memotivasi perusahaan untuk menghindari praktik *tax avoidance*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Wahyudi, (2022) ditemukan bahwa ESG tidak mempengaruhi *tax avoidance* . Informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan tidak selalu benar dan tidak dapat dijadikan jaminan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial tidak akan melakukan penghindaran pajak.

## **H5: ESG diduga berpengaruh terhadap *tax avoidance***

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA\\_Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)



### 3. METODE RISET

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *penelitian asosiatif* dengan pengujian hipotesis menggunakan *metode kuantitatif*. Menurut Sugiyono (2019:16) metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, *Positivistik scientific* dan metode *discovery*. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/ scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis, Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga proses penelitian kuantitatif bersifat linier, di mana langkah-langkahnya jelas, mulai dari rumusan masalah, berteori, berhipotesis, mengumpulkan data, analisis data, dan membuat kesimpulan dan saran. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2019:296) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder pada penelitian ini merupakan data yang diambil dari laporan keuangan publikasi tahunan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada indeks ESG.

Menurut Sugiyono (2019 : 126 ) Populasi adalah, keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dari penelitian ini yaitu Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Tahun 2017-2022.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:289) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berikut kriteria-kriteria pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* pada penelitian ini perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2022. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* dengan Tahun IPO (*Initial Public Offering*) maksimal 2017, serta Mempublikasikan Laporan Keuangan Tahun 2017-2022. Laporan keuangan perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* disajikan dalam satuan Mata Uang Rupiah (Rp) dan Memiliki Laba Positif Selama Tahun 2017-2022. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bloomberg ESG Score tahun 2017-2022. Jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 125 perusahaan yang masuk kedalam sektor *Consumer Non-Cyclicals*, dan setelah dilakukan pemilihan sesuai dengan kriteria pemilihan sampel , sampNon-Cyclicalsli adalah sebanyak 10 perusahaan. Pada penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif di mana statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Untuk menentukan hasil pada penelitian ini di lakukan dengan beberapa uji ,pertama penentuan teknik

analisis model data panel melakukan tiga uji yaitu uji *chow*, uji *hausman*, dan uji *lagrange multiplier* (LM), kedua di lakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolenioritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, ketiga uji hipotesis yaitu uji simultan (Uji F) dan uji parsial (Uji t).

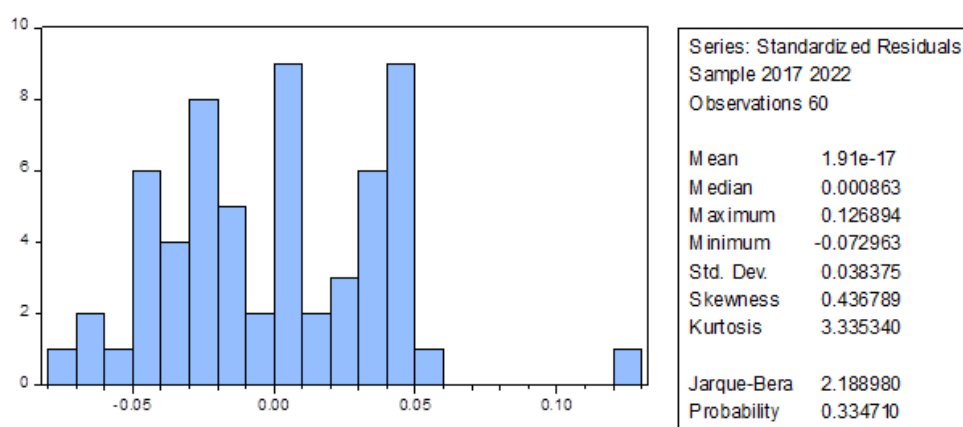
#### 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu uji *chow*, uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier* maka dapat disimpulkan bahwa hasil model terbaik pada penelitian ini yaitu menggunakan *Random Effect Model* (REM), dengan gambaran sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji Kesesuaian Model Regresi**

| No. | Uji                     | Pengujian                          | Probabilitas  | Hasil |
|-----|-------------------------|------------------------------------|---------------|-------|
| 1   | Uji Chow                | Prob > 0.05 CEM<br>Prob < 0.05 FEM | 0.0000 < 0.05 | FEM   |
| 2   | Uji Hausman             | Prob > 0.05 REM<br>Prob < 0.05 FEM | 0.2579 > 0.05 | REM   |
| 3   | Uji Lagrange Multiplier | Prob > 0.05 CEM<br>Prob < 0.05 REM | 0.0000 < 0.05 | REM   |

#### Uji Normalitas



**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas**

Sumber : EViews 10

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 1 di atas menunjukkan bahwa nilai Jarque-Bera sebesar 2.188980 dan nilai probability sebesar 0.334710 serta nilai signifikansi yang digunakan adalah 0.05. sehingga nilai probability lebih besar dari pada nilai signifikansi ( $0.334710 > 0.05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data sampel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas**

|    | PM       | KP        | TPP      | IAT      | ESG       |
|----|----------|-----------|----------|----------|-----------|
| PM | 1.000000 | -0.282702 | 0.432690 | 0.101837 | -0.245513 |

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)

|     |           |           |           |           |          |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| KP  | -0.282702 | 1.000000  | -0.409598 | 0.140174  | 0.078030 |
| TPP | 0.432690  | -0.409598 | 1.000000  | -0.092262 | 0.040299 |
| IAT | 0.101837  | 0.140174  | -0.092262 | 1.000000  | 0.322726 |
| ESG | -0.245513 | 0.078030  | 0.040299  | 0.322726  | 1.000000 |

Sumber : EViews 10

Berdasarkan dari tabel 2 dihasilkan bahwa korelasi PM (Pemasaran) dan KP (Kemampuan Perusahaan) sebesar -0.282702, korelasi PM (Pemasaran) dan TPP (Tingkat Pertumbuhan Perusahaan) sebesar 0.432690, korelasi PM (Pemasaran) dan IAT (Intensitas Aset Tetap) sebesar 0.101837, korelasi PM (Pemasaran) dan ESG (ESG) sebesar -0.245513. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas**

| Heteroskedasticity Test: <i>Glejser</i> |          |                     |        |
|-----------------------------------------|----------|---------------------|--------|
| F-statistic                             | 0.906453 | Prob. F(5,54)       | 0.4838 |
| Obs*R-squared                           | 4.645913 | Prob. Chi-Square(5) | 0.4606 |
| Scaled explained SS                     | 9.912485 | Prob. Chi-Square(5) | 0.0778 |

Sumber : EViews 10

Nilai *Prob. Chi-Square (Obs\*R-Square)* sebesar 0.4606, Di mana nilai *Prob. Chi-Square (Obs\*R-Square)* lebih besar dari taraf signifikan yaitu 0.05 ( $0.4606 > 0.05$ ), Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi**

|                    |          |                    |          |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared          | 0.287562 | Mean dependent var | 0.077161 |
| Adjusted R-squared | 0.221595 | S.D. dependent var | 0.028699 |
| S.E. of regression | 0.025320 | Sum squared resid  | 0.034621 |
| F-statistic        | 4.359205 | Durbin-Watson stat | 1.478722 |
| Prob(F-statistic)  | 0.002096 |                    |          |

Sumber: EViews 10

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.13 dapat dilihat nilai DW sebesar 1.478722 ada diantara -2 s/d +2 artinya tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

|                    |          |                    |          |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared          | 0.287562 | Mean dependent var | 0.077161 |
| Adjusted R-squared | 0.221595 | S.D. dependent var | 0.028699 |
| S.E. of regression | 0.025320 | Sum squared resid  | 0.034621 |
| F-statistic        | 4.359205 | Durbin-Watson stat | 1.478722 |
| Prob(F-statistic)  | 0.002096 |                    |          |

Sumber : EViews 10

Berdasarkan tabel 4.14 Angka *Adjusted R-Squared* ( $R^2$ ) adalah 0.221595. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (Pemasaran, Kemampuan Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, dan ESG) terhadap variabel terikat (*Tax avoidance*) adalah sebesar 22% berpengaruh terhadap variabel *Tax avoidance* dan sisanya 78% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

### Analisis Regresi Data Panel

**Tabel 6 Analisis Regresi Data Panel**

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 0.310864    | 0.040801   | 7.618981    | 0.0000 |
| PM       | 0.132688    | 0.611493   | 0.216990    | 0.8290 |
| KP       | -0.903432   | 3.216093   | -0.280910   | 0.7799 |
| TPP      | -0.002323   | 0.005692   | -0.408173   | 0.6848 |
| IAT      | 0.099466    | 0.049982   | 1.990034    | 0.0517 |
| ESG      | -0.002194   | 0.000548   | -4.005785   | 0.0002 |

Sumber: EViews 10

Berdasarkan hasil uji tabel 6 di atas, maka persamaan regresi data panel dapat disusun  $TA = (0.310864) C + (0.132688) PM + (-0.903432) KP + (-0.002323) TPP + (0.099466) IAT + (-0.002194) ESG$ . Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta  
Nilai konstanta pada persamaan regresi sebesar 0.310864 menunjukkan bahwa jika variabel independen bernilai 0 maka variabel *tax avoidance* memiliki nilai 0.310864.
2. Pemasaran (PM)  
Nilai koefisien regresi variabel pemasaran sebesar 0.132688 berarti bahwa variabel lain dianggap konstan maka setiap peningkatan 1% kepemilikan institusional akan mengalami penurunan tarif terhadap *tax avoidance* sebesar 0.132688 dan sebaliknya.
3. Kemampuan Perusahaan (KP)  
Nilai koefisien regresi variabel kemampuan perusahaan sebesar -0.903432 berarti bahwa variabel lain dianggap konstan maka setiap peningkatan 1% kepemilikan manajerial akan mengalami penurunan tarif terhadap *tax avoidance* sebesar -0.903432 dan sebaliknya.
4. Tingkat Pertumbuhan Perusahaan (TPP)  
Nilai koefisien regresi variabel Tingkat pertumbuhan Perusahaan sebesar -0.002323 berarti bahwa variabel lain dianggap konstan maka setiap peningkatan 1% dewan komisaris independen akan mengalami penurunan tarif terhadap *tax avoidance* sebesar -0.002323 dan sebaliknya.
5. Intensitas Aset Tetap (IAT)  
Nilai koefisien regresi variabel intensitas asset tetap sebesar 0.099466 berarti bahwa variabel lain dianggap konstan maka setiap peningkatan 1% dewan intensitas modal akan mengalami penurunan tarif terhadap *tax avoidance* sebesar 0.099466 dan sebaliknya.
6. ESG (ESG)

Nilai koefisien regresi variabel ESG sebesar -0.002194 berarti bahwa variabel lain dianggap konstan maka setiap peningkatan 1% dewan intensitas modal akan mengalami penurunan tarif terhadap *tax avoidance* sebesar - 0.002194 dan sebaliknya.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

**Tabel 7 Hasil Hipotesis Simultan (Uji F)**

|                    |          |                    |          |
|--------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared          | 0.287562 | Mean dependent var | 0.077161 |
| Adjusted R-squared | 0.221595 | S.D. dependent var | 0.028699 |
| S.E. of regression | 0.025320 | Sum squared resid  | 0.034621 |
| F-statistic        | 4.359205 | Durbin-Watson stat | 1.478722 |
| Prob(F-statistic)  | 0.002096 |                    |          |

Sumber : EViews 10

Berdasarkan hasil uji F di atas, nilai Prob (F-statistic) sebesar 0.002096, di mana nilai  $0.002096 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

**Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)**

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 0.310864    | 0.040801   | 7.618981    | 0.0000 |
| PM       | 0.132688    | 0.611493   | 0.216990    | 0.8290 |
| KP       | -0.903432   | 3.216093   | -0.280910   | 0.7799 |
| TPP      | -0.002323   | 0.005692   | -0.408173   | 0.6848 |
| IAT      | 0.099466    | 0.049982   | 1.990034    | 0.0517 |
| ESG      | -0.002194   | 0.000548   | -4.005785   | 0.0002 |

Sumber : EViews 10

Adapun penjelasan mengenai output dari uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

1. Variabel pemasaran memiliki nilai sebesar  $0.8290 > 0.05$ . Artinya bahwa pemasaran tidak berpengaruh secara parsial terhadap *tax avoidance*.
2. Variabel kemampuan perusahaan memiliki nilai sebesar  $0.7799 > 0.05$ . Artinya bahwa kemampuan perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap *tax avoidance*.
3. Variabel tingkat pertumbuhan perusahaan memiliki nilai sebesar  $0.6848 > 0.05$ . Artinya bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap *tax avoidance*.
4. Variabel intensitas aset tetap memiliki nilai sebesar  $0.0517 > 0.05$ . Artinya bahwa intensitas aset tetap tidak berpengaruh secara parsial terhadap *tax avoidance*.
5. Variabel ESG memiliki nilai sebesar  $0.0002 < 0.05$ . Artinya bahwa ESG berpengaruh secara parsial terhadap *tax avoidance*.



**Pembahasan****Pengaruh Pemasaran terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu pemasaran diduga berpengaruh terhadap *Tax avoidance*. Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai probabilitas pemasaran sebesar 0.8290 lebih besar dari nilai sigifikansinya (0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.8290 > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak, dengan demikian pemasaran tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Hal ini dapat diartikan bahwa pemasaran tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* dikarenakan pemasaran lebih fokus pada peningkatan yang bertujuan untuk mempromosikan dan menjual produk jasa kepada konsumen. Pemasaran mencakup strategi dan taktik seperti periklanan, promosi, penjualan, riset pasar, dan hubungan masyarakat yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran tidak memiliki hubungan langsung dengan kegiatan *tax avoidance* karena fokus dan tujuannya berbeda.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fathorrahman & Syaiful, 2019), (F. Anggraini *et al.*, 2020) dan (Pratiwi & Pramita, 2021) hasilnya menyatakan bahwa Pemasaran tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance*.

**Pengaruh Kemampuan perusahaan terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Kemampuan perusahaan diduga berpengaruh terhadap *Tax avoidance*. Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai probabilitas Kemampuan Perusahaan sebesar 0.7799 lebih besar dari nilai sigifikansinya (0.05). sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas Kemampuan perusahaan  $0.7799 > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, dengan demikian Kemampuan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Hal ini terjadi karena kemampuan perusahaan tersebut lebih berfokus pada peningkatan kinerja dan daya saing perusahaan di pasar, meskipun perusahaan sangat kompeten dalam operasional dan bisnis inti mereka, kemampuan perusahaan tidak langsung berhubungan atau mempengaruhi *tax avoidance* yang perusahaan terapkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardani & Khoiriyah, (2018), Pratiwi & Pramita, (2021) dan Herianti & Elinda Ritnawati, (2021) hasilnya menyatakan bahwa Kemampuan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance*.

**Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Tingkat Pertumbuhan Perusahaan diduga berpengaruh terhadap *Tax avoidance*. Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai probabilitas Tingkat Pertumbuhan Perusahaan sebesar 0.6848 lebih besar dari nilai sigifikansinya (0.05). sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas Tingkat Pertumbuhan Perusahaan  $0.6848 > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak, dengan demikian Kemampuan perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Strategi untuk menghindari pajak biasanya melibatkan pengetahuan khusus tentang hukum pajak dan perencanaan keuangan yang cermat, yang tidak ada hubungannya dengan seberapa cepat perusahaan tumbuh. Jadi, meskipun perusahaan

\* Corresponding author's e-mail: [frnkaoktni@gmail.com](mailto:frnkaoktni@gmail.com)  
[https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA\\_Multiparadigma](https://journal.icma-nasional.or.id/index.php/JAKIA_Multiparadigma)

berkembang pesat tidak berarti perusahaan tersebut pandai dalam menghindari pajak, kedua hal ini berjalan pada jalur yang bereda.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardani & Khoiriyah, (2018), Fathorrahman & Syaiful, (2019) dan Nurrahmi & Rahayu, (2020) hasilnya menyatakan bahwa Tingkat Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* .

#### **Pengaruh Intensitas Aset Tetap terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Intensitas Aset Tetap diduga berpengaruh terhadap *Tax avoidance* . Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai probabilitas Intensitas Aset Tetap sebesar 0.0517 lebih besar dari nilai sigifikansinya (0.05). sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas Intensitas Aset Tetap  $0.0517 > 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat ditolak, dengan demikian Intensitas Aset Tetap tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* . Penyimpanan aset tetap yang besar oleh suatu perusahaan bukan semata-mata untuk menghindari pajak melainkan bertujuan untuk menjalankan operasional perusahaan. Karena dengan adanya aset tetap yang tinggi memberikan dampak yang terlalu beresiko bagi perusahaan yaitu adanya beban pemeliharaan aset tetap, tempat penyimpanan yang besar dan risiko keuangan terhadap aset tetap menjadikan intensitas aset tetap yang tinggi tidak akan mempengaruhi *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purba *et al.*, (2018), Nurrahmi & Rahayu, (2020) dan Ayem & Tarang, (2022) menyatakan bahwa Intensitas Aset Tetap tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* .

#### **Pengaruh ESG terhadap *Tax avoidance***

Hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ESG diduga berpengaruh terhadap *Tax avoidance* . Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai probabilitas ESG sebesar 0.0002 lebih besar dari nilai sigifikansinya (0.05). sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas Intensitas Aset Tetap  $0.0002 < 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima, dengan demikian ESG berpengaruh terhadap *tax avoidance* . Semakin tinggi tingkat pengungkapan ESG suatu perusahaan, semakin rendah praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan yang transparan dan bertanggung jawab dalam pelaporan ESG cenderung memiliki komitmen lebih besar terhadap praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Pengungkapan ESG yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berusaha memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta beroperasi dengan transparansi dan integritas. Oleh karena itu , perusahaan-perusahaan ini biasanya juga lebih patuh terhadap peraturan pajak dan lebih sedikit melakukan praktik penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yoon *et al.*, (2021), Sadjiarto *et al.*, (2024) dan Nurlaely & Dewi, (2023) menyatakan bahwa ESG berpengaruh terhadap *Tax avoidance* .

## 5. CONCLUSION

### KESIMPULAN

1. Terbukti secara empiris bahwa Pemasaran secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* dikarenakan nilai probabilitas pemasaran sebesar 0.8290, lebih besar dari nilai signifikasinya 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.8290 > 0.05$ .
2. Terbukti secara empiris bahwa Kemampuan Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* dikarenakan nilai probabilitas kemampuan perusahaan sebesar 0.7799, lebih besar dari nilai signifikasinya 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.7799 > 0.05$ .
3. Terbukti secara empiris bahwa Tingkat Pertumbuhan Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* dikarenakan nilai probabilitas tingkat pertumbuhan perusahaan sebesar 0.6848, lebih besar dari nilai signifikasinya 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.6848 > 0.05$ .
4. Terbukti secara empiris bahwa Intensitas Aset Tetap secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Tax avoidance* pada perusahaan consumer non cyclical dikarenakan nilai probabilitas intensitas aset tetap sebesar 0.0517, lebih besar dari nilai signifikasinya 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.0517 > 0.05$ .
5. Terbukti secara empiris bahwa ESG secara parsial berpengaruh terhadap *Tax avoidance* pada perusahaan consumer non cyclical dikarenakan nilai probabilitas ESG sebesar 0.0002, lebih besar dari nilai signifikasinya 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai probabilitas pemasaran  $0.0002 < 0.05$ .

### SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti, oleh karena itu saran yang dapat diberikan penulis untuk peneliti selanjutnya terkait dengan dengan *Tax avoidance* sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah atau mengganti variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi variabel *Tax avoidance*.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan menambahkan jumlah sampel dan periode penelitian dengan menggunakan sektor perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.
3. Bagi perusahaan atau stakeholder, disarankan agar mampu mengelola pajak secara bijaksana. Jika perusahaan mempertimbangkan penghindaran pajak melalui *tax avoidance*, hal ini harus dilakukan dengan perencanaan pajak yang matang atau *tax planning* yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Perencanaan pajak yang baik akan memastikan bahwa strategi penghematan pajak tetap berada dalam batas-batas legal dan etis, sehingga perusahaan dapat mengurangi risiko sanksi hukum dan menjaga reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan dan masyarakat.
4. Bagi pemerintah, disarankan untuk dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemeriksaan ketepatan pembayaran pajak. Upaya ini dapat dilakukan dengan memperkuat sistem audit dan pemantauan, meningkatkan kapasitas dan kompetensi petugas pajak, serta memanfaatkan teknologi informasi untuk

mendeteksi ketidakpatuhan secara lebih akurat dan cepat. Dengan demikian, pemerintah dapat memastikan bahwa setiap wajib pajak memenuhi kewajibannya secara benar dan adil, serta meminimalkan peluang untuk praktik penghindaran pajak yang merugikan negara.

## REFERENSI

- Adhi, R. E., & Cahyonowati, N. (2023). Pengaruh Environmental, Social and Governance Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Non-Kuangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–12.
- Anggraini, F., Astri, N. D., & Minovia, A. F. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis, Capital Intensity dan Multinationality terhadap *Tax avoidance* . *Akuntansi*, 14(2), 37.
- Anggraini, P., & Wahyudi, I. (2022). Pengaruh reputasi perusahaan, environmental, social and governance dan kualitas audit terhadap *tax avoidance* . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Ayem, S., & Tarang, T. M. D. (2022). Pengaruh Risiko Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Dan Strategi Bisnis Terhadap *Tax avoidance* . *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 91. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.400>
- Fathorrahman, & Syaiful. (2019). Pengaruh Strategi Bisnis Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Management and Accounting*, 2(1), 1–15.
- Hendrani, A., Adhitia, M. alvi, & Septyanto, D. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap *Tax avoidance* Dengan Sustainability Performance Sebagai Variabel Intervening. *Controlling*, 15(3–4), 209–210.
- Herianti, E., & Elinda Ritnawati. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis dan Corporate Social Responsibility terhadap *Tax avoidance* dengan Kinerja Laba Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Properti, Real Estate dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 173–184. <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i2.2076>
- Nurlaelly, H., & Dewi, R. R. (2023). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Governance*, *Environmental Social Governance*, *Environmental Uncertainty* and *Corporate Reputation* terhadap *Tax avoidance* . 45(617), 589–590.
- Nurrahmi, alya dinda, & Rahayu, S. (2020). Pengaruh Strategi Bisnis, Transfer Pricing, dan Koneksi Politik Terhadap *Tax avoidance* (Studi Pada Perusahaan di Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi & Ekonomi FE. UN PGRI Kediri*, 5(2), 48–57.
- Pratiwi, H. A., & Pramita, Y. D. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis, Transfer Pricing, Koneksi Politik, dan Intensitas Aset Tetap terhadap *Tax avoidance* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2015 – 2019). *Borobudur Accounting REViews*, 1(2), 196–209. <https://doi.org/10.31603/bacr.6365>
- Purba, E. L. D., Yuniar, T. Y., & Simanullang, rotua sp. (2018). *Pengaruh strategi bisnis ,Karakteristik Perusahaan Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Tax avoidance*

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). 2005, 8–10.

- Sadjiarto, A., Ringoman, J. A., & Angela, L. (2024). The Effects of Earning Management and Environmental, Social, Governance (ESG) on *Tax avoidance* with Leverage as A Moderating Variable. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 3(1), 63–74. <https://doi.org/10.9744/ijobp.3.1.63-74>
- Veronica, E., & Kurnia. (2021). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Perusahaan, dan Strategi Bisnis terhadap *Tax avoidance* ( Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019 ). *E-Proceeding of Management*, 8(1), 86–93.
- Wardani, D. K., & Khoiriyah, D. (2018). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 13(2), 91. <https://doi.org/10.21460/jrak.2017.132.283>
- Yoon, B. H., Lee, J. H., & Cho, J. H. (2021). The effect of esg performance on *tax avoidance* —evidence from korea. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13126729>
- Jauharah, D., & Sanulika, A. (2024). Pengaruh Strategi Bisnis, Transfer Pricing dan Komite audit terhadap *Tax avoidance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Tahun 2018-2022). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(2), 5–24.
- Ridwan, M., & Hasanah, N. (2024). *Pengaruh Strategi Bisnis, Pertumbuhan Penjualan Dan Inventory Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa*. 4(1), 1–23.
- Abdurachman, T. A., Abidin, J., Pamulang, U., Bisnis, S., & Perusahaan, U. (2021). *Pengaruh Transfer Pricing, Strategi Bisnis Terhadap Tax*. 82–90.
- Hidayati, W. N., Astuti, D., Putri, F. A., & Wulansari, A. (2023). Pengaruh Strategi Bisnis Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Tax avoidance* Dengan Financial Distress Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 9(1), 39–51. <https://doi.org/10.26486/jramb.v9i1.3203>
- Basuki, Agus Tri. (2021). Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis : Dilengkapi Dengan Penggunaan EViews. Edisi Pertama. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.