

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Strategi bisnis berguna sebagai media yang menentukan arah maupun bidang perusahaan jangka panjang dan menentukan bagaimana perusahaan akan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan pemangku kepentingannya. Strategi yang terpenting dalam perusahaan adalah strategi bisnis yang membawa keberhasilan di pasar individu yang harus dikaitkan dengan tujuan strategi bisnis (Rasheed et al., 2021). Maka, terciptanya perusahaan sering melakukan praktik penghindaran pajak karena di dalamnya terdapat salah satu strategi bisnis rasional yang melibatkan keputusan ekonomi nyata dan menawarkan manfaat besar yang nantinya akan menaikkan *cash flow*, namun perusahaan tetap meminimalkan beban pajaknya untuk memperoleh keuntungan (Akmalia et al., 2023).

Pajak merupakan salah satu pendapatan atau penerimaan pendapatan negara yang utama. Penghindaran pajak menunjukkan cara legal dengan memberikan kesempatan yang terdapat pada peraturan perpajakan untuk menghindari pembayaran pajak dan memiliki efek negatif terhadap perekonomian negara namun siapa sangka perbuatan ini masih di perbolehkan negara (Alifatul et al., 2022). Berbeda dengan penggelapan pajak, yang merupakan perbuatan tidak diperbolehkan negara karena perbuatan ini bisa sama sekali tidak membayar kewajiban pajak terutangnya lewat cara-cara legal.

Menurut Sadjarto et al (2020) strategi bisnis tidak hanya fokus kepada perluasan pasar, membuat ide produk baru mengikuti perkembangan zamannya, memberikan diskon agar

memiliki pendapatan yang lebih tetapi strategi bisnis juga harus melakukan berbagai cara agar perusahaan tetap bertahan hidup dengan salah satu tindakannya menambah atau mengurangi pendapatan yang diperoleh beban, termasuk beban pajaknya. Selain strategi bisnis yang menjadi pengaruh pada penghindaran pajak, adanya kehadiran direksi wanita juga akan memenuhi karakteristik yang harus dipertimbangkan tetapi sebagai atribut dewan direksi wanita.

Hasil dari tata kelola perusahaan adalah penghindaran pajak yang dapat diketahui dari pemangku kepentingan karena selalu bertentangan pada dewan direksi yang perlu memastikan kompensasi yang seimbang (Xiaochen et al., 2022). Maka direksi wanita telah dieksplor secara luas, tidak banyak ditetapkan tentang peran dewan perusahaan sehubungan dengan keragaman gender dalam praktik penghindaran pajak (Salami, 2020). Namun, didalam teorinya perempuan direksi yang selalu menaati peraturan terutama pada pembuatan laporan keuangannya dan dapat meningkatkan pengawasan perusahaan sehingga dianggap sebagai salah satu di dalam strategi perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Penerimaan pajak nantinya akan berpengaruh pada pajak penghasilannya karena sudah menjadi bagian terpenting, dimana terdapat penerimaan pajak maka pajak penghasilannya bertambah. Penerimaan pajak merupakan pajak dalam negeri yang sejalan dengan isi dari peraturan Menteri Keuangan. Dengan hal tersebut, maka pemerintah mengharapkan wajib pajak untuk taat membayar pajaknya sesuai dengan ketentuannya agar pemerintah sendiri akan bisa mengatur pertumbuhan ekonomi seperti melindungi ekonomi dalam negeri dengan pemerintah menetapkan bea cukai tinggi untuk produk luar negeri.

Grafik 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Tahun 2017-2021



Sumber : Data Diolah Tahun 2023

Berdasarkan grafik 1 adanya penurunan penerimaan pajak di tahun 2020 diartikan sebagai realisasi penerimaan pajak masih belum bisa menyesuaikan target pajak yang diharapkan. Maka, dampak pada penerimaan pajaknya terhadap penghindaran pajak adalah akan mengurangi pendapatan pemerintah yang dibutuhkan untuk layanan penting seperti kesehatan, pendidikan dan pembangunan infrastuktur. Jika perusahaan masih terus-menerus melakukan penghindaran pajak maka pemerintah tidak dapat memberikan fasilitas dan mengakibatkan penurunan standar hidup masyarakat (Antonio & Bruno, 2019). Penghindaran pajak dapat menghambat pada penerimaan pajak, karena tidak sedikit perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak.

Pada tahun 2021, Plt Kepala Pusat Kebijakan Pendapatan Negara Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Pande Putu Oka Kusumawardhani mengungkapkan sampai saat ini penghindaran pajak menjadi tren utama di sebuah perusahaan maupun Wajib Pajak (WP) (Ardianto & Pangastuti, 2021). Pemerintah dari hal ini masih belum memaksimalkan realisasi yang menimbulkan pertanyaan apakah pemungutan pajak belum berjalan dengan maksimal atau wajib pajak

melakukan penghindaran pajak. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang tertuang dalam detikFinance (2019) adanya pengungkapan dari berbagai sektor perusahaan yang ada di Indonesia, sektor pertambangan yang selalu menyetorkan pajaknya masih terhambat mengakibatkan penerimaan pajak tidak sesuai target.

Dikutip dari *website* detikFinance (2019) terdapat kasus sektor pertambangan PT. Adaro Energy melakukan penghindaran pajak dengan cara melakukan transfer pricing melalui anak perusahaannya di Singapura. Perusahaan telah melakukan strategi bisnis dengan sedemikian rupa sehingga bisa membayar pajak US\$ 125 juta yang setara dengan Rp 1,75 triliun (kurs Rp 14 ribu) lebih rendah yang harus dibayarkan pajaknya di Indonesia. Sehingga dari beberapa sektor utama, pemerintah menerima pajak dari sektor pertambangan mengalami penurunan drastis hingga 43,72% dan terungkap memberikan uang kepada pejabat di Direktorat tersebut agar nilai pembayaran pajaknya rendah (Danang, 2019).

Pada penelitian sebelumnya menemukan hasil dan kesimpulan yang banyak ragamnya menyebabkan masih adanya ketidakjelasan pada hasil strategi bisnis untuk penghindaran pajaknya. Terdapat perbedaan hasil penelitian dari Nurlis et al (2022) strategi bisnis berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, sedangkan menurut Lidia et al (2019) strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Menurut Prasetyo (2019) dan Anissa (2021) kehadiran direksi wanita berdampak negatif terhadap penghindaran pajak. Sementara Eva & Hadri (2022) kehadiran direksi wanita berdampak positif terhadap penghindaran pajak.

Penelitian ini dilakukan dengan cara replika pada penelitian Xiaochen et al (2022) dengan judul “*Corporate Business Strategy And Tax Avoidance Culture : Moderating Role Of Gender Diversity In A Emerging Economy*” dengan membedakan penelitian pada fenomena penghindaran pajak di Indonesia lebih tepat untuk dipahami kemudian dikembangkan pengklasifikasian 3 tipologi strategi bisnis (rasio biaya pemasaran, harga pokok penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan) terhadap penghindaran pajak yang diperlukan untuk mewujudkan keputusan strategi bisnis perusahaan dan sebagai hasilnya pengukuran akan menjadi *valid*, komprehensif dan mampu menjelaskan dengan lebih baik dan detail variabel yang nantinya akan diukur.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak dengan mengajukan pertanyaan penelitian, yaitu (1) Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap budaya penghindaran pajak?; (1a) Bagaimana pengaruh rasio biaya pemasaran terhadap penghindaran pajak?; (1b) Bagaimana pengaruh rasio harga pokok penjualan terhadap penghindaran pajak?; (1c) Bagaimana pengaruh tingkat pertumbuhan penjualan tahunan terhadap penghindaran pajak?; (2) Apakah keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak ?; (2a) Bagaimana keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh rasio biayapemasaran terhadap penghindaran pajak ?; (2b) Bagaimana pengaruh keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh rasioharga pokok penjualan terhadap penghindaran pajak ?; (2c) Bagaimana pengaruh keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh tingkat pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah menguji secara empiris, yaitu (1) Untuk mengetahui apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap penghindaran pajak; (1a) Untuk mengetahui apakah rasio biaya pemasaran berpengaruh terhadap penghindaran pajak; (1b) Untuk mengetahui apakah rasio harga pokok penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak, (1c) Untuk mengetahui apakah tingkat pertumbuhan penjualan tahunan berpengaruh terhadap penghindaran pajak; (2) Untuk mengetahui apakah keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak; (2a) Untuk mengetahui apakah keanekaragaman gender dapat memoderasi pengaruh rasio biaya pemasaran terhadap penghindaran pajak; (2b) Untuk mengetahui apakah keanekaragaman gender dapat memoderasi rasio harga pokok penjualan

terhadap penghindaran pajak; (2c) Untuk mengetahui apakah keanekaragaman gender dapat memoderasi tingkat pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi penelitian, institusi maupun perusahaan adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak akademis dan dapat berkontribusi terhadap literatur terkait penelitian tentang strategi bisnis terhadap penghindaran pajak yang dimoderasi oleh keanekaragaman gender, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk terus melakukan perbaikan terhadap strategi bisnis seperti pemasaran, harga pokok penjualan dan tingkat pertumbuhan demi mengurangi praktik penghindaran pajak dan penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan perusahaan sebaiknya berhati-hati dalam menentukan kebijakan khususnya mengenai pajak agar tidak tergolong dalam penghindaran pajak.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan adalah kerangka teoritis utama untuk sebagian besar penelitian tentang tata kelola perusahaan. Teori keagenan belum tentu sejalan dengan keinginan pemegang saham suatu perusahaan, namun biasanya melibatkan pihak politik yang menyebabkan timbulnya biaya agensi lebih tinggi untuk kepentingan ketidaksielarasan antara keinginan pemegang saham dengan perilaku manajemen maupun kepentingan politik (Ahnaf, 2023). Berdasarkan Jensen & Meckling (1976), teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen perusahaan, dan di antara mereka, manajemen bertindak sebagai agen yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principal*).

Hubungan pada teori agensi dan penghindaran pajak yang menggambarkan perusahaan manajemen harus dilakukan dengan baik untuk meminimalkan penghindaran pajak (Van & Quang, 2022). Karena sistem yang buruk akan membawa pengaruh negatif bagi citra perusahaan. Namun, kembali lagi pada kesadaran perusahaan sendiri yang melakukan pekerjaan dengan baik akan melaksanakan pajaknya juga dengan baik sebagai perencanaan agar tidak menggunakan penghindaran pajak untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Dalam praktiknya, *principal* yang hendak membayar pajak oleh manajemen dalam jumlah sebenarnya, sedangkan pada bagian administrasi ingin meminimalkan beban pajak untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi (Margareta, 2023). Meski demikian, ada kalanya kepentingan manajemen dan pemegang saham memiliki kedudukan yang sama. Dengan cara seperti ini, hal-hal yang dapat mendorong pada penghindaran pajak akan menghasilkan. Menurut penelitian, keragaman gender dalam hal masalah keagenan dapat menyebabkan perbaikan dalam pemantauan manajerial dan dapat menghasilkan pengambilan keputusan yang lebih baik dalam hal pengurangan masalah keagenan.

2.1.2 Penghindaran Pajak

Penelitian penghindaran pajak telah dilakukan bertahun-tahun, tetapi model teoritis pajak individu penghindaran dirumuskan. Menurut penelitian Lulus et al (2023) yang menganalisis keputusan individu dalam membuat keputusan penghindaran pajak mengatakan bahwa seseorang akan terus melakukan praktik penghindaran pajak sampai terdeteksi melakukan. Faktor yang mendorong melakukan penghindaran pajak adalah sikap dari diri kita sendiri untuk melakukan hal yang buruk. Teori penghindaran pajak cenderung pada praktiknya yang biasanya akan terus berlanjut hingga dideteksi resiko menjadi lebih tinggi karena terus berupaya meminimalkan kewajiban pajak dengan berbagai cara.

Penghindaran pajak adalah hal yang biasa didefinisikan sebagai pengurangan pajakeksplisit dengan maksud penurunan pembayaran yang dilakukan langsung ke otoritas pajak. Perilaku penghindaran pajak telah dipengaruhi oleh strategi bisnis dan itu bergantung kembali pada bagaimana karakteristik masing-masing tipe strategis menyebabkan biaya dan manfaat perencanaan pajak (Alexander et al., 2019).

2.1.3 Strategi Bisnis

Strategi bisnis memiliki peran penting di dalam perusahaan yang diartikan sebagai metode atau cara penentuan sebagaimana pedoman dalam membantu pengambilan keputusan, membantu menentukan cara melakukan persaingan dan membantu pencapaian tujuan perusahaan. Tipologi strategi pada penelitian Muhammad et al (2023) secara signifikan mempengaruhi literatur strategi dan telah memberi para ahli teori dasar yang kuat untuk meneliti metode adaptif untuk mencapai kinerja perusahaan yang kompetitif. Dengan adanya prospektor maka perusahaan akan dapat mempertahankan fleksibilitas dalam proses pembuatan strateginya dan merespon informasi baru dengan cepat (Joseph, 2023). Tipologi strategi bisnis yang dimasukkan ke dalam penelitian ini adalah rasio biaya pemasaran, harga pokok penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan yang kemungkinan besar dapat berpengaruh dari penghindaran pajak karena adanya pengurangan beban-beban tersebut.

a. Rasio Biaya Pemasaran

Ukuran pengendalian pemasaran digunakan untuk menentukan apakah biaya kegiatan pemasaran yang sudah dilakukan dapat menghasilkan tingkat penjualan di periode tertentu itu berlebihan dan total dari biaya pemasaran akan dinyatakan sebagai presentase dari total pendapatan penjualan. Itu merupakan rasio biaya pemasaran yang telah digunakan (Chen, 2020). Hal ini, bisa menjadi kecenderungan perusahaan untuk melakukan inovasi pada operasinya. Sehubungan dengan rasio ini, hal ini juga menunjukkan bahwa korporasi memusatkan upaya pada perkembangan komersialisasi terkini.

Pemasaran merupakan iklan dan penjualan yang diperlukan bagi Sebagian besar bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Beberapa perusahaan sangat mungkin sangat menguntungkan dengan anggaran pemasaran yang ditetapkan sebesar sepersekian persen, sedangkan yang lain mungkin perlu membelanjakan seperempat dari pendapatan untuk penjurulandan pemasaran. Menghitung rasio biaya pemasaran dan membandingkannya secara keseluruhan adalah ukuran utama seberapa efisien dapat mengubah pengeluaran pemasaran menjadi pendapatan penjualan (Evangeline, 2019).

b. Rasio Harga Pokok Penjualan

Hubungan antara harga pokok penjualan dengan penjualan biasa disebut rasio harga pokok penjualan yang berfungsi sebagai peningkatan suatu perusahaan terhadap pemeriksaan ketepatan bisnis dan hal ini selalu menjadi bagian terpenting dalam total pengeluaran bisnis. Pada dasarnya, menjalankan sebuah bisnis melibatkan banyak biaya tersembunyi namun dengan kita mengukur menggunakan harga pokok penjualan dapat memberikan gambaran lengkap tentang laporan keuangan perusahaan.

Perusahaan akan menggunakan tingkat rasio harga pokok penjualan sebagai dasar dalam melakukan pemilihan metode perhitungan persediaan karena metode persediaan tersebut akan menunjukkan kecepatan perusahaan dalam menjual produknya dan tingkat operasional perusahaan dalam mengelola persediaan agar dapat cepat dijual (Teguh & Jepriansyah, 2019).

c. Rasio Tingkat Pertumbuhan Penjualan

Menghitung pertumbuhan penjualan berguna untuk bisnis atau sebuah organisasi apapun karena dapat memberikan wawasan dan data yang diperlukan untuk membantu lebih memahami seberapa baik kinerja bisnis. Dengan informasi tersebut, pertumbuhan penjualan akan membuat keputusan yang lebih tepat tentang dimana harus mengalokasikan sumber data dan inisiatif apa yang harus dilakukan. Tingkat pertumbuhan penjualan dapat mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan melalui penjualan selama periode tertentu. Tingkat ini tidak hanya digunakan oleh perusahaan untuk melihat keberhasilan dan masalah internal saja, namun dapat juga untuk melihat dalam menjalankan bisnis sudah baik atau bisnis yang mulai stagnan.

Maka dari itu, sangat penting untuk memahami cara menghitung pertumbuhan penjualan, cara meningkatkannya dan membuat mengesankan. Tingkat pertumbuhan penjualan juga bukan sekedar analitik penjualan namun tentang metrik utama untuk mengevaluasi kesehatan bisnis

yang sedang berkembang. Perlu memahami cara menghitung rasio pertumbuhan penjualan adalah untuk menggambarkan berapa presentase pertumbuhan penjualan beberapa periode (Donny & Contributing, 2022).

2.1.4 Keanekaragaman Gender

Keragaman gender adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan identitas gender dengan menunjukkan keragaman ekspresi di luar kerangka kerja biner. Bagi banyak orang dengan adanya keragaman gender pada konsep gender biner adalah kewajiban untuk memilih ekspresi diri sebagai laki-laki atau perempuan.. Secara tradisional, dewan kebanyakan terdiri dari laki-laki. Namun, tren telah berubah jauh di negara maju dan perubahan itu juga menyapu ekonomi yang sedang berkembang mengakibatkan sekarang lebih banyak perempuan dan dipilih menjadi dewan direksi. Hal ini menyiratkan bahwa pengambilan keputusan dewan, yang selama ini cenderung didominasi laki-laki akan mulai mengakomodasi pandangan dari kedua ujungnya membagi rata atau bahkan cenderung ke wanita karena lebih sensitif dan biasanya akan membuat keputusan baik.

Pekerjaan yang semakin banyak tentang hubungan antara keragaman gender dewan dan kinerja, bukti empiris yang ada mengenai hubungan tersebut dicampur ketika menggunakan data dari berbagai negara (Yahaya et al., 2023). Pada penelitian Yasser et al (2023) komposisi dewan memainkan peran penting dalam merumuskan dan menerapkan strategi utama yang mempengaruhi hasil perusahaan. Hal ini karena penentu utama kapasitas pengambilan keputusan dewan adalah pengetahuan dan pengalaman anggota dewan.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Sadjiarto et al (2020) telah melakukan pengujian dengan hasil yang ditemukan adalah perusahaan dengan strategi prospektor lebih agresif dalam penghindaran pajak, perusahaan dengan strategi defender kurang agresif dalam penghindaran pajak dan kesulitan keuangan berdampak positif terhadap penghindaran pajak

Yunus et al (2023) dalam melakukan penelitian menguji pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak yang juga dapat disimpulkan dalam hasil penelitiannya bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, likuiditas berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, profitabilitas berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, leverage berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dan *Good Corporate Governance* berpengaruh negative terhadap penghindaran pajak..

Yulinda (2023) menemukan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan jika komisaris independen memiliki pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, komite audit memiliki pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, kesulitan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak, pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, diversitas gender memperkuat pengaruh negatif komisaris independen terhadap penghindaran pajak, diversitas gender memperkuat pengaruh negatif komite audit terhadap penghindaran pajak, diversitas gender memperlemah pengaruh positif kesulitan keuangan terhadap penghindaran pajak dan diversitas gender memperkuat pengaruh negatif pengungkapan CSR terhadap penghindaran pajak.

2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.3.1 Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak

a. Rasio Biaya Pemasaran Terhadap Penghindaran Pajak

Strategi bisnis disimpulkan dapat berpengaruh terhadap penghindaran pajak karena keputusan bisnis menimbulkan biaya transaksi yang berbeda termasuk biaya pajaknya, oleh karena itu pajak selalu berkaitan dengan erat setiap aktivitas bisnis dan keputusan yang dibuat oleh manajer, sehingga keputusan tersebut memiliki konsekuensi terhadap pajak. Namun demikian, perencanaan pajak sendiri yang sah dapat menimbulkan biaya reputasi yang signifikan. Menurut Kay et al (2019) strategi pajak perusahaan menggambarkan sebagai legal yang memiliki sikap agresif dengan hasil pada kemauan yang lebih rendah untuk membayarkan niat membeli mengenai produk.

Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak akan lebih banyak dana yang akan dialokasikan ke biaya operasional termasuk biaya pemasaran yang akan menaikkan laba/nilai perusahaan dan akan selalu

disorot oleh publik termasuk aparat pajak dengan hal itu perusahaan akan lebih berhati-hati untuk menghindari kesalahan, karena hal tersebut menimbulkan potensi pemeriksaan pajak yang cukup besar (Yusfi & Syahril, 2020). Sehubungan dengan teori keagenan, kewajiban agen selain bertugas untuk menjaga itikad baik kepada kepentingan pimpinan tetapi juga untuk memberikan informasi hal-hal terkait dengan pemasaran berdasarkan produk maupun jasa. Penelitian ini didukung oleh Yusfi & Syahril (2020) menunjukkan bahwa pemasaran berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Oleh karena itu, hipotesis pertama penelitian ini adalah :

H1a : Rasio biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

b. Rasio Harga Pokok Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Rasio harga pokok penjualan merupakan rasio keuangan yang berfungsi sebagai pembanding biaya perusahaan yang dihasilkan oleh aktivitas penjualan dengan pendapatannya. Dari kebanyakan orang menggunakan rasio biaya penjualan ditandai sebagai presentase. Selain sebagai pembanding, rasio harga pokok penjualan sebagai pembantu menghitung rasio, statistik keuangan lainnya dan dikatakan dapat mengurangi pendapatan yang akan berpengaruh besarnya pajak terutang dip perusahaan.

Harga pokok penjualan salah satu faktor yang dilihat dalam mengukur tingkat laba bersih yang dihasilkan dalam satu periode tertentu (Renika & Rolita, 2021). Semakin tinggi margin perusahaan, maka penghindaran pajak akan mengalami peningkatan, dikarenakan perusahaan yang memiliki harga pokok penjualan tinggi akan menunjukkan laba perusahaan yang tinggi sehingga pembayaran pajaknya akan semakin besar, hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak (Meiliana & Febriani, 2020). Penelitian ini didukung oleh Meiliana & Febriani (2020) menunjukkan bahwa harga pokok penjualan berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini adalah :

H1b : Rasio harga pokok penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

c. Rasio Tingkat Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak

Rasio tingkat pertumbuhan penjualan yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya. Pertumbuhan yang meningkat dapat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat kapasitas operasi perusahaan. Strategi bisnis di dalam penelitian ini kembali juga menggunakan pengukuran tingkat pertumbuhan penjualan, namun di dalam teori pertumbuhan penjualan akan menggambarkan bahwa semakin besar penjualan maka semakin besar laba yang akan diperoleh perusahaan sehingga laba yang dibebankan oleh perusahaan semakin besar (Wastam, 2018)

Laba yang dimaksud adalah semakin besar tersebut akan menyebabkan pajak penghasilan yang harus dibayarkan akan semakin meningkat. Hasil penelitian Nora & Theresia (2021) apabila suatu perusahaan mengalami peningkatan volume penjualannya maka laba yang dihasilkan akan meningkat, selanjutnya pertumbuhan penjualan juga mengalami peningkatan, maka perusahaan mendapat laba yang besar, kemudian perusahaan akan terus melakukan tax avoidance. Sehubungan dengan teori agensi, seorang manajemen bertugas meminimalkan beban pajak untuk mengoptimalkan laba perusahaan dan menyebabkan perusahaan akan cenderung untuk melakukan praktik penghindaran pajak. Penelitian ini didukung oleh Nora & Theresia (2021) menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Oleh karena itu, hipotesis ketiga penelitian ini adalah :

H1c : Rasio tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

2.3.2 Strategi Bisnis Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Keanekaragaman Gender

a. Rasio Biaya Pemasaran Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Keanekaragaman Gender

Menurut penelitian Gustav et al (2021) mengamati perbedaan sikap keanekaragaman gender berdasarkan pajak dan ditemukan dalam tingkat sikap ini dipengaruhi oleh banyaknya pengetahuan yang berkaitan dengan sistem perpajakan serta pemantauan dan kesalahan dewan yang kesulitan dengan cara yang sama kepada direksi luar. Septi (2023) adanya keberagaman gender dalam dewan direksi dapat memberikan manfaat kepada perusahaan yang tidak hanya sekedar pengawasan tetapi pemasaran yang lebih sukses untuk jenis pelanggan yang berbeda. Penelitian ini didukung oleh Lucia & Huda (2022)

menunjukkan bahwa rasio biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dengan dimoderasi keanekaragaman gender. Oleh karena itu, hipotesis keempat penelitian ini adalah :

H2a : Rasio biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dimoderasi keanekaragaman gender

b. Rasio Harga Pokok Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Keanekaragaman Gender

Toni et al. (2022) menemukan adanya pengaruh tidak langsung antara keanekaragaman gender pada pertumbuhan penjualan melalui strategi bisnis terhadap penghindaran pajaknya karena dewan direksi yang nantinya akan membuat kebijakan manajerial disesuaikan dengan kewenangannya untuk menentukan strategi bisnis apa yang dipilih sesuai dengan kondisi perusahaan. Perusahaan sendiri akan dilihat dari segi kinerja pertumbuhan juga, jika tingkat pertumbuhan meningkat dapat disimpulkan bahwa karakteristik direksi lebih baik. Maka dapat dirumuskan peran keanekaragaman gender sangat penting dalam strategi bisnis untuk kinerja perusahaannya. Penelitian ini didukung oleh Khoirul (2023) menunjukkan bahwa rasio harga pokok penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dengan dimoderasi keanekaragaman gender. Oleh karena itu, hipotesis kelima penelitian ini adalah :

H2b : Rasio harga pokok penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dimoderasi keanekaragaman gender

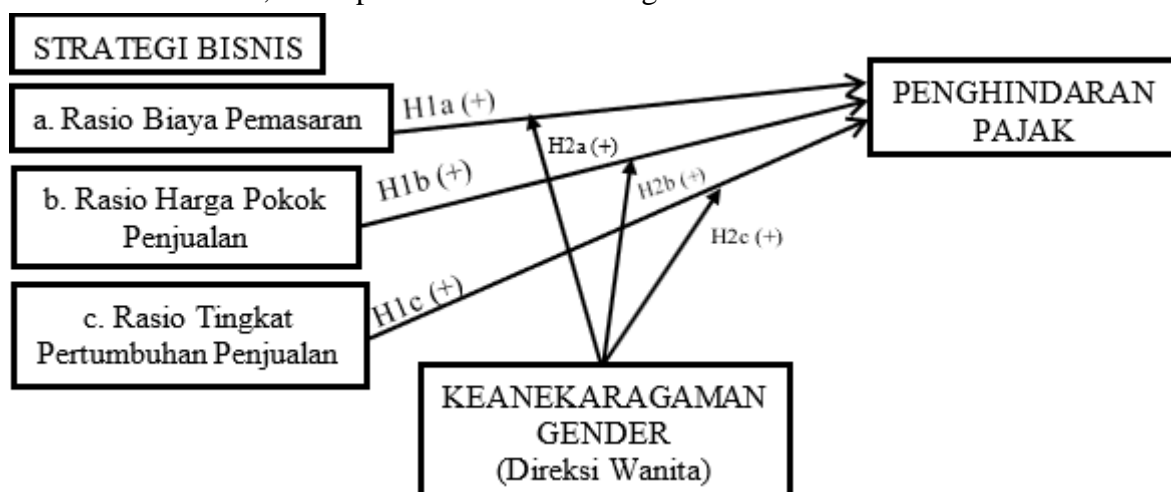
c. Rasio Tingkat Pertumbuhan Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Keanekaragaman Gender

Direksi wanita menarik perhatian terkait pekerja aktif mereka dalam pelaksanaan administrasi. Direksi wanita secara konsisten melakukan upaya yang berani untuk menyesuaikan perilaku perusahaan yang bertanggung jawab kepada masyarakat dan pemegang saham. Maka, tingkat pertumbuhan penjualan jika dicatat sesuai kondisi perusahaan maka dapat mempengaruhi karakteristik direksinya. Karena, dimana harga pokok penjualan bergantung pada penjualannya juga. Penelitian ini didukung Sully et al (2018) oleh menunjukkan bahwa rasio tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dengan dimoderasi keanekaragaman gender berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Oleh karena itu, hipotesis keenam penelitian ini adalah :

H2c : Rasio tingkat pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dimoderasi keanekaragaman gender

3.1 KERANGKAPENELITIAN

Berdasarkan uraian diatas, model penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021 sebanyak 63 perusahaan. Dan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Sampel yang digunakan menjadi 44 perusahaan pertambangan.

3.2 PEMILIHAN SAMPEL DAN PENGUMPULAN DATA

Data penelitian ini adalah sekunder yang dikumpulkan dari laporan keuangan, situs web resmi dan halaman web bursa saham Indonesia yaitu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Hal tersebut dikarenakan data yang diperoleh merupakan data angka. Teknik Uji Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen. Sampel penelitian ini diambil dengan teknik *purpose sampling* yang dilakukan memberikan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk dijadikan anggota populasi sampai sampel yang terpilih. Berikut kriteria sampel adalah :

1. Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021
2. Perusahaan sektor pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan berurutan pada tahun 2018-2021
3. Perusahaan sektor pertambangan yang menyediakan variabel yang dibutuhkan dalam penelitian tahun 2018-2021

3.3 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

3.3.1 Penghindaran Pajak

Penelitian ini menggunakan penghindaran pajak sebagai variabel dependen. Ukuran penelitian ini menggunakan GAAP_ETR untuk mengukur penghindaran pajak karena diinterpretasikan dengan mudah, bahkan dari orang biasa sampai pemegang saham yang dikenal dengan banyak kegiatan menggunakan pengukuran tersebut dapat bereaksi dengan cepat terhadap ETR dan tarif pajak wajib. Namun, memang sebenarnya ukuran yang digunakan dan diterima secara luas dalam penelitian sebelumnya adalah ETR dengan membagi pajak tunai yang dibayarkan dan pendapatan sebelum pajak (Katharine et al., 2019). Sedangkan pengukuran GAAP_ETR dengan membagi beban pajak dan pendapatan sebelum pajak yang merupakan penghematan beban pajak (Astrid & Kashan, 2020).

Penelitian ini menggunakan rumus berikut untuk menghitung GAAP_ETR yang digunakan sebagai proksi penghindaran pajak (Scott et al., 2008).

$$\text{GAAP_ETR} = \frac{\text{Jumlah Beban Pajak}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

3.3.2 Strategi Bisnis

Dengan mengikuti literatur sebelumnya (Xiaochen et al., 2022), kami mengukur strategi bisnis ini menggunakan rasio biaya pemasaran, rasio harga pokok penjualan dan rasio tingkat pertumbuhan penjualan.

a. Rasio Biaya Pemasaran

Rasio biaya pemasaran terhadap penjualan telah digunakan dari beberapa penelitian (Donald, 1983). Ini menunjukkan kecenderungan perusahaan untuk berinovasi operasi mereka (Philip & Kevin, 2016). Sehubungan dengan rasio tersebut, hal ini menunjukkan bahwa korporasi memusatkan upaya pada perkembangan komersialisasi terbaru. Dan menurut hasilnya, ini dapat meningkatkan kemahiran dan membagi pencari dan pembela dalam kelompok. Rasio biaya pemasaran dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{MESR} = \frac{\text{Beban Pemasaran}}{\text{Penjualan}}$$

b. Rasio Harga Pokok Penjualan

Tujuan dari rasio harga pokok penjualan adalah untuk mengetahui tingkat konsentrasi suatu perusahaan terhadap keefisienan produksi. Selain itu harga pokok penjualan digunakan dalam berbagai metrik dan rasio untuk membantu kesehatan laporan keuangan (Xiaochen et al., 2022). Rasio harga pokok penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{COGSR} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

c. Rasio Tingkat Pertumbuhan Penjualan

CASGR adalah tingkat perubahan tahunan yang mengukur orientasi perusahaan tentang pertumbuhan strategisnya. Namun, apa yang ditunjukkan oleh CASGR tersebut adalah tidak sesungguhnya atau di manipulasi dan CASGR digunakan untuk memuluskan tingkat pertumbuhan per tahunnya yang berbeda-beda selama periode tertentu. Perhitungan tingkat pertumbuhan ini biasa digunakan sebagai return investasi, pendapatan dan laba perusahaan (Acai, 2020). Rasio tingkat pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{CASGR} = \frac{\text{Nilai Akhir} - 1}{\text{Nilai Awal}}$$

3.3.3 Jumlah Direksi Wanita Di Dewan

Penelitian sebelumnya menggunakan banyak ukuran untuk mengukur keragaman gender dengan contoh direktur wanita di dewan berada di posisi variabel kualitatif dan nilainya sama dengan 1. Namun, mengikuti penelitian Xiaochen et al (2022) mengukur keragaman gender sebagai presentase direktur wanita dewan. Beberapa studi lainnya juga ditemukan menggunakan Blau-Index untuk mengukur pemerataan dalam distribusi laki-laki dan perempuan di dewan direksi karena cara ini adalah paling umum mengukur keragaman dan dalam menganalisis studi lapangan (Thomas et al., 2020). Mengikuti penelitian Astrid & Kashan (2020) jumlah direksi wanita di dewan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{FD} = \frac{\text{Jumlah Wanita di Dewan}}{\text{Total Jumlah Direksi di Dewan}}$$

3.3.4 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode atau analisis untuk mengumpulkan data sehingga dapat memberikan informasi dan gambaran yang berguna tanpa adanya melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Bambang & Rudy, 2022). Pengumpulan data memiliki peran sangat penting dalam pengambilan keputusan data yang sudah terkumpul karena jika terjadi kesalahan menyebabkan kesimpulan menjadi tidak valid dan berdampak pada penggunaan maupun penerapan hasil penelitian (Lilih, 2021). Alat analisis ini mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel yang terdiri nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi untuk menilai rata-rata sampel.

3.3.5 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah *One sample Kolmogorov-smirnov Test*. Model regresi yang baik adalah yang memiliki data berdistribusi normal. Untuk menguji apakah terdapat distribusi yang normal atau tidak dalam model regresi, maka digunakanlah uji statistik *Kolmogorov Smirnov Test* dengan hasil nilai signifikannya $> 0,05$ atau 5%, begitupun sebaliknya.

3.3.6 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independent X's terjadi multikolinearitas sempurna, maka X tidak ditentukan dan nilai standar error menjadi tak terhingga. Jika multikolinearitas antar variabel X's tidak sempurna tetapi tinggi, maka koefisien X dapat ditentukan, tetapi memiliki nilai standar error tinggi yang berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat.

Menurut Ghozali (2021) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi biasanya dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut baik.
2. Jika nilai tolerance di bawah 0,1 dan nilai VIF di atas 10, maka terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut tidak baik.

3.3.7 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan varian residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain (Ghozali, 2021). Jika varian dari residual satu pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, dan pada penelitian ini diuji dengan uji *Park*. Uji *Park* menggunakan metode dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat ($\ln U_{ii}$) dengan variabel independent. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi.

3.3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai *adjusted* R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu artinya variabel independen mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Ghozali, 2021). Adapun kelemahan dari koefisien korelasi seperti biasanya pada jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel maka *adjusted* R^2 akan meningkat tanpa peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.3.9 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2021). Apabila terjadinya autokorelasi, maka dapat menyebabkan standard error parameter estimasi menjadi tidak akurat, sehingga tes t dan F menjadi tidak valid. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series). Secara sederhana, suatu model dapat dinyatakan tidak terjadi gejala autokorelasi, jika probabilitas nilai Durbin Watson > 0.05 .

3.3.10 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t atau uji parsial berfungsi untuk menguji seberapa besar pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) Apabila nilai probabilitas dari masing-masing variabel bebas memiliki $<0,05$ maka terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial dan apabila nilai probabilitas $>0,05$ maka hipotesis tidak terdapat hubungan variabel independen dengan dependen (Dita, 2022).

3.3.11 Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis yang diajukan dapat dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian regresi berganda di sini terdiri dari Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, Uji t, dan Uji F. Analisis regresi digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, dan apabila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya (Rizki, 2022). Dalam penelitian ini, model regresi berganda yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut :

$$GAAP_ETR = \alpha + \beta_1MESR + \beta_2COSGR + \beta_3CASGR + e$$

Keterangan :

GAAP_ETR = Penghindaran Pajak

MESR = Rasio Biaya Pemasaran

COSGR = Rasio Harga Pokok Penjualan

CASGR = Rasio Tingkat Pertumbuhan Penjualan

FD = Wanita Dewan Direksi

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_7$ = Koefisien Regresi

e = Standar Error

3.3.12 Moderated Regression Analysis (MRA)

Regression Analysis (MRA) adalah pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Uji MRA disebut juga sebagai uji interaksi, dimana uji ini dilakukan dengan mengalikan variabel moderasi dengan variabel independen. Apabila variabel hasil tersebut signifikan maka dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi mampu memoderasi hubungan kausal antara variabel independent terhadap variabel dependen (Rutin et al., 2019).

3.4 TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam melakukan pengolahan data uji regresi linier berganda serta analisis data, peneliti menggunakan aplikasi software SPSS 21 untuk menguji Statistik Deskriptif, uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas, uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2), Uji Autokorelasi, Uji Hipotesis (Uji T), Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Moderated Regression Analysis (MRA).