

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan Dan *Sales Growth*, Terhadap *Tax Avoidance*

¹Medina Puspitasari , ²Prima Sadewa

^{1,2}Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang,
Jl. Surya Kencana, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15417

E-mail: ¹medinapuspitasari24@gmail.com , ²dosen01466@unpam.ac.id

Abstrak - Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* terhadap *Tax Avoidance* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020–2024. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Sektor Energi selama 5 tahun periode tahun 2020-2024. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan ada 13 perusahaan dengan pengamatan 5 tahun, sehingga jumlah sampel 65 data laporan keuangan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi data panel dengan program *E-Views 12*. Hasil uji regresi pada penelitian ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth* berpengaruh secara simultan terhadap *Tax Avoidance*. Sedangkan secara parsial *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance* dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Tax Avoidance*

Abstract - This study aims to determine the influence of *Corporate Social Responsibility*, Firm Size, and *Sales Growth* on *Tax Avoidance* among energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. This research employs a descriptive research design with a quantitative approach. The study population consists of financial reports from the energy sector covering the five-year period from 2020 to 2024. A purposive sampling method was used based on established criteria, 13 companies were selected for a five-year observation period, resulting in a total sample of 65 financial report data points. Panel data regression analysis was conducted using *E-Views 12* software. The regression results demonstrate that *Corporate Social Responsibility*, Firm Size, and *Sales Growth* simultaneously influence *Tax Avoidance*. However, regarding partial effects, *Corporate Social Responsibility* and Firm Size do not significantly influence *Tax Avoidance*, whereas *Sales Growth* has a significant influence on *Tax Avoidance*.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*, Firm Size, *Sales Growth*, *Tax Avoidance*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran penting dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan nasional. Oleh karena itu, pemerintah terus melakukan berbagai upaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak dengan tetap mempertahankan fungsinya sebagai instrumen dalam mengurangi dampak negatif ekonomi, mewujudkan pemerataan pendapatan, serta meningkatkan daya saing melalui pemberian insentif fiskal yang tepat sasaran. Untuk mendukung tujuan tersebut, reformasi di bidang perpajakan perlu terus dilakukan guna memperkuat basis pajak dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, sistem perpajakan diharapkan menjadi lebih sehat, adil, dan berkelanjutan dalam

mendukung pembiayaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Selama lima tahun terakhir, realisasi penerimaan pajak mengalami kenaikan dan penurunan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi perekonomian global dan nasional, perubahan harga komoditas utama, serta kebijakan fiskal yang diterapkan pemerintah. Meskipun mengalami fluktuasi, secara keseluruhan penerimaan pajak menunjukkan tren yang meningkat, terutama setelah kondisi perekonomian mulai pulih dari dampak pandemi Covid-19. (Kemenkeu, 2025). Selanjutnya, realisasi penerimaan pajak lima tahun terakhir disajikan pada tabel berikut :

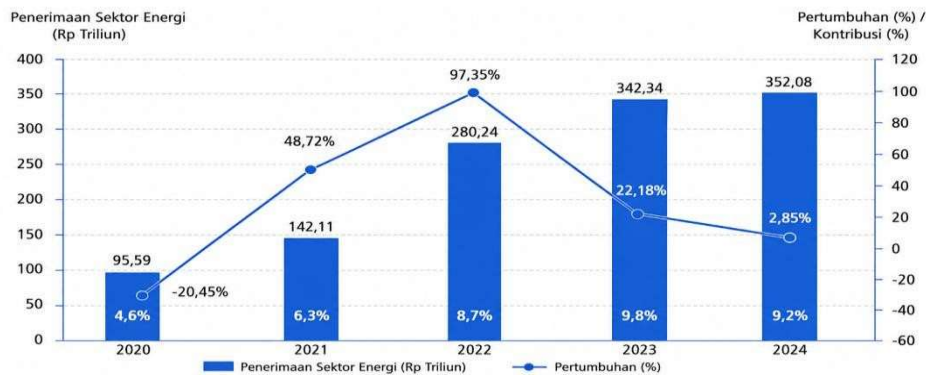


Sumber : (Kemenkeu, 2025)

Gambar 1. Penerimaan Pajak di Indonesia Tahun 2020-2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak indonesia pada tahun 2020 sebesar Rp1.072,11 triliun. Jumlah tersebut mengalami penurunan sebesar 25,23% dibanding tahun sebelumnya akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan perlambatan aktivitas ekonomi sehingga berdampak pada menurunnya penerimaan pajak negara. Memasuki tahun 2021, kondisi perekonomian mulai membaik yang diikuti dengan meningkatnya penerimaan pajak menjadi Rp1.278,63 triliun atau tumbuh sebesar 19,26%. Tren peningkatan tersebut berlanjut pada tahun 2022, dimana penerimaan pajak mencapai Rp1.716,77 triliun dengan pertumbuhan sebesar 34,27%. Peningkatan ini mencerminkan semakin pulihnya aktivitas ekonomi yang berpengaruh terhadap optimalisasi penerimaan pajak. Selanjutnya, pada tahun 2023 penerimaan pajak kembali meningkat menjadi Rp1.867,87 triliun atau tumbuh sebesar 8,80%. Meskipun laju pertumbuhannya lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya, kondisi tersebut menunjukkan bahwa perekonomian nasional mulai berada pada fase yang lebih stabil.

Pada tahun 2024, penerimaan pajak tercatat sebesar Rp1.932,4 triliun dengan pertumbuhan 3,46%. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan pajak tetap mengalami peningkatan, namun dengan laju pertumbuhan yang cenderung melambat (Kemenkeu, 2025).



Sumber : (Kemenkeu, 2025)

Gambar 2. Kontribusi Penerimaan Pajak Pada Sektor Energi

Berdasarkan tabel diatas, Pada tahun 2020 penerimaan sektor energi mengalami penurunan sebesar 20,45% akibat Covid-19, dengan kontribusi 4,6% terhadap total penerimaan pajak. Tahun 2021 sektor energi mulai pulih dan tumbuh 48,72% dengan kontribusi naik menjadi 6,3%. Pada tahun 2022 pertumbuhannya meningkat sangat tinggi sebesar 97,35% karena naiknya permintaan dan harga komoditas energi dunia, serta kontribusinya mencapai 8,7%. Tahun 2023 pertumbuhan melambat menjadi 22,18% tetapi kontribusinya meningkat menjadi 9,8%. Sementara itu pada tahun 2024 pertumbuhan Kembali melambat menjadi 2,85% dengan kontribusi sebesar 9,2% terhadap penerimaan pajak (Kemenkeu, 2025).

Berdasarkan realisasi APBN 2024, pendapatan negara sebesar Rp. 2.842,5 triliun, dan penerimaan pajak sebesar Rp. 1.932,4 triliun atau 68% dari total pendapatan negara. Sedangkan kontribusi sektor energi pada tahun 2024 sekitar 9,2% dari total penerimaan pajak, diperkirakan mencapai sekitar Rp. 177,8 triliun. Kontribusi ini menunjukkan bahwa sektor energi punya peran yang penting, sehingga praktik *tax avoidance* di sektor ini perlu mendapat perhatian, karena berpotensi mengurangi penerimaan negara. Dilansir dari Kompas.tv pada Agustus 2022, sektor energi dan perkebunan menjadi target sasaran Kementerian Keuangan dikarenakan rawan terhadap penghindaran pajak yang cukup tinggi. Staf khusus Menteri Keuangan bidang komunikasi mengungkapkan bahwa di Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat dan Sulawesi Tenggara sedang menangani 14 wajib pajak di sektor energi dan perkebunan dengan total kerugian negara mencapai 41,6 miliar rupiah, yang diantaranya 4 wajib pajak telah naik ke tingkat penyelidikan dengan kerugian negara 26,9 miliar rupiah (KompasTV Makassar, 2022). Berdasarkan kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan sektor energi di Indonesia memiliki potensi untuk melakukan praktik *Tax avoidance*.

TINJAUAN PUSTAKA

Tax Avoidance

Penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) merupakan upaya yang dilakukan oleh wajib pajak agar pajak terutang dapat diminimalisir. Penghindaran pajak lebih menekankan kepada upaya yang dapat dilakukan namun tidak melanggar ketentuan atau peraturan undang undang perpajakan yang berlaku. Tujuan dibentuknya undang- undang dalam memungut pajak yaitu untuk mendapatkan penghasilan negara dari penerimaan pajak yang besar. Hal ini tentu banyak dimanfaatkan wajib pajak karena merupakan tindakan yang legal, namun disisi lain, pemerintah tidak dapat mengoptimalkan penerimaan negara yang bersumber dari pajak karena pajak terhutang yang dibayarkan oleh wajib pajak cenderung bukan merupakan pajak terhutang yang sesungguhnya, melainkan sudah dilakukan upaya meminimalisir pajak terhutangnya (Laila & Rosyati, 2025).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab integritas perusahaan meliputi ekspektasi ekonomi, hukum, etika, dan kebijakan yang dimiliki organisasi untuk masyarakat. *Corporate social responsibility* dianggap berkaitan dan menjadi tolak ukur terjadinya praktek penghindaran pajak. Hal ini disebabkan adanya pandangan bahwa perusahaan yang rendah dalam pengungkapan *Corporate social responsibility*, maka praktek penghindaran pajak cenderung tinggi. Ini dapat diperjelas bahwa *Corporate social responsibility* dan pajak itu merupakan sebuah tanggung jawab, jadi perusahaan yang rendah dalam mengungkapkan *Corporate social responsibility* itu dianggap sebagai rendahnya rasa tanggung jawab sosial dan inilah yang menjadi sekaligus rendahnya kesadaran untuk membayar pajak sehingga adanya praktek penghindaran pajak (Saputra dkk., 2022).

Ukuran Perusahaan

Menurut penelitian (Siswandani dkk., 2024) Ukuran perusahaan merupakan suatu upaya untuk membuat klasifikasi pada sebuah Perusahaan berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Total aset yang digunakan dalam melakukan pengukuran ukuran perusahaan yaitu total aset lancar dan aset tidak lancar yang dimiliki oleh perusahaan yang tercantum dalam neraca keuangan perusahaan. (Reluna & Bernarda, 2025) Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan kinerja suatu perusahaan yang

menunjukkan kestabilannya dalam menjalankan perekonomiannya.

Sales Growth

Sales Growth merupakan suatu aktivitas yang pada umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan perubahan nilai penjualan. Perhitungan tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat *Sales Growth* mengalami peningkatan maka laba yang dihasilkan juga akan mendorong peningkatan *Sales Growth* dari tahun ke tahun (Sholihah & Rahmiati., 2024). *Sales growth* merupakan pengukuran yang menunjukan dimana perkembangan tingkat penjualan dari tahun per tahun guna mengetahui tingkat profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang (Nugroho & Afifi, 2022). Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar (Arianti & Yatinigrum, 2022).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2021) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2024 sebanyak 91 Perusahaan lampiran 2. Menurut Sugiyono (2021) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi, yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan menganalisis informasi yang didokumentasikan dalam bentuk tulisan atau bentuk-bentuk lain. Teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan informasi basis data berupa laporan keuangan setiap sampel pada setiap periode penelitian (2020, 2021, 2022, 2023,

2024). Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data berupa dokumen yang dikeluarkan oleh perusahaan yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dan website resmi perusahaan terkait.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif, yaitu berupa pengujian hipotesis dengan uji statistik. Analisis kuantitatif ini ditekankan untuk mengungkapkan perilaku variabel penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan tahun 2020 - 2024. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik inferensial mengenai uji hipotesis. Jenis statistik inferensial yang digunakan yaitu statistik inferensial parametrik, penelitian ini digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel untuk menganalisis data rasio. Data yang telah dikumpulkan mengenai semua variabel penelitian kemudian dianalisis dengan analisis regresi data panel.

Statistik deskriptif menurut (Sugiyono, 2021) yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara melakukan deskripsi atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hasil nilai masing-masing variabel, baik satu variabel tau lebih yang memiliki sifat independen untuk mendapatkan kesimpulan tentang variable-variabel tersebut. Uji statistik deskriptif dibuat untuk mendiskripsikan gambaran mengenai data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Estimasi Model Regresi Data Panel

Common effect model (CEM)

Tabel 1. Hasil Commont effect model

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 06/27/26 Time: 00:06 Sample: 2020 2024					
Periods included: 5					
Cross-sections included: 13					
Total panel (balanced) observations: 65					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	0.320885	0.157808	2.033386	0.0464	
X1	-0.042968	0.080847	-0.531473	0.5970	
X2	-0.003620	0.004836	-0.748550	0.4570	
X3	0.034709	0.007901	4.392756	0.0000	

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Berdasarkan hasil regresi dengan *Common effect model* (CEM) membuktikan bahwa terdapat nilai Konstanta sebesar 0.320885 dengan probabilitas sebesar 0.0464. Nilai regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar -0.042968, nilai regresi variabel Ukuran Perusahaan (X2) sebesar -0.003620, dan nilai regresi variabel *Sales Grwoth* (X3) sebesar 0.034709. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R² sebesar 0.203749 menjelaskan variasi *Tax Avoidance* dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Sales Grwoth* sebesar 20,37% dan sisanya 79,63% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Fixed effect model (FEM)

Tabel 2. Hasil Fixed effect model

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 06/27/26 Time: 00:10 Sample: 2020 2024
Periods included: 5
Cross-sections included: 13
Total panel (balanced) observations: 65

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.486276	0.361994	1.343327	0.1854
X1	-0.010211	0.079458	-0.128505	0.8983
X2	-0.010138	0.012227	-0.829194	0.4110
X3	0.024975	0.006649	3.756490	0.0005

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.625963	Mean dependent var	0.198038
Adjusted R-squared	0.511462	S.D. dependent var	0.118749
S.E. of regression	0.083000	Akaike info criterion	-1.930201
Sum squared resid	0.337565	Schwarz criterion	-1.394967
Log likelihood	78.73153	Hannan-Quinn criter.	-1.719017
F-statistic	5.466874	Durbin-Watson stat	1.724291
Prob(F-statistic)	0.000003		

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Berdasarkan hasil regresi dengan *Fixed Effect model* (FEM) membuktikan bahwa terdapat nilai Konstanta sebesar 0.486276 dengan probabilitas sebesar 0.1854. Nilai regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar -0.010211, nilai regresi variabel Ukuran Perusahaan (X2) sebesar -0.010138, dan nilai regresi variabel *Sales Grwoth* (X3) sebesar 0.024975. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R² sebesar 0.511462 menjelaskan variasi *Tax Avoidance* dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Sales Growth* sebesar 51,15% dan sisanya 48,85% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Random effect model (REM)

Tabel 3. Hasil Random effect model

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 06/27/26 Time: 00:11
Sample: 2020 2024
Periods included: 5
Cross-sections included: 13
Total panel (balanced) observations : 65
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	0.325929	0.189648	1.718597	0.0908
X1	-0.018482	0.072832	-0.253768	0.8005
X2	-0.004343	0.006122	-0.709331	0.4808
X3	0.028193	0.006484	4.347734	0.0001
Effects Specification				
	S.D.	Rho		
Cross-section random	0.054898		0.3043	
Idiosyncratic random	0.083000		0.6957	
Weighted Statistics				
R-squared	0.225021	Mean dependent var		0.110926
Adjusted R-squared	0.186907	S.D. dependent var		0.095442
S.E. of regression	0.086061	Sum squared resid		0.451799
F-statistic	5.903921	Durbin-Watson stat		1.375343
Prob(F-statistic)	0.001323			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.231257	Mean dependent var		0.198038
Sum squared resid	0.693783	Durbin-Watson stat		0.895639

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Berdasarkan hasil regresi dengan *Random Effect Model* (REM) membuktikan bahwa terdapat nilai Konstanta sebesar 0.325929 dengan probabilitas sebesar 0.0908. Nilai regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar -0.018482, nilai regresi variabel Ukuran Perusahaan (X2) sebesar -0.004343, dan nilai regresi variabel *Sales Growth* (X3) sebesar 0.028193. Persamaan regresi pada nilai Adjusted R² sebesar 0.186907 menjelaskan variasi *Tax Avoidance* dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Sales Growth* sebesar 18,69% dan sisanya 81,31% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Hasil Analisis Regresi Linear Data Panel

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Data Panel

Dependent Variable: Y

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 06/27/26 Time: 00:11

Sample: 2020 2024

Periods included: 5

Cross-sections included: 13

Total panel (balanced) observations: 65

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.325929	0.189648	1.718597	0.0908
X1	-0.018482	0.072832	-0.253768	0.8005
X2	-0.004343	0.006122	-0.709331	0.4808
X3	0.028193	0.006484	4.347734	0.0001

Sumber : Output Eviews 12, 2026

1. Nilai konstanta sebesar 0,325929 artinya jika *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* nilainya adalah 0, maka besarnya *Tax Avoidance* adalah 0,325929.

2. Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -0,018482 artinya jika setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan *Tax Avoidance* sebesar 0,018482 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap (konstan). Tanda negatif menunjukkan hubungan yang berbanding terbalik antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Tax Avoidance*. Jika nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat, maka *Tax Avoidance* menurun. Sebaliknya, jika nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurun, maka *Tax Avoidance* meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan sebesar -0,004343 artinya jika setiap peningkatan Ukuran Perusahaan sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan *Tax Avoidance* sebesar 0,004343 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap (konstan). Tanda negatif menunjukkan hubungan yang berbanding terbalik antara Ukuran Perusahaan dengan *Tax Avoidance*. Jika Ukuran Perusahaan meningkat, maka *Tax Avoidance* menurun. Sebaliknya, jika Ukuran Perusahaan menurun, maka *Tax Avoidance* meningkat.
4. Nilai koefisien regresi variabel *Sales Growth* sebesar 0,028193 artinya jika setiap peningkatan *Sales Growth* sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan *Tax Avoidance* sebesar 0,028193 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap (konstan). Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah antara *Sales Growth* dengan *Tax Avoidance*. Jika *Sales Growth* meningkat, maka *Tax Avoidance* juga meningkat. Sebaliknya, jika *Sales Growth* menurun, maka *Tax Avoidance* juga menurun.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.225021	Mean dependent var	0.110926
Adjusted R-squared	0.186907	S.D. dependent var	0.095442
S.E. of regression	0.086061	Sum squared resid	0.451799
F-statistic	5.903921	Durbin-Watson stat	1.375343
Prob(F-statistic)	0.001323		

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang disajikan pada Tabel 4.17, diperoleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,186907. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yang terdiri atas *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* dalam menjelaskan variabel dependen,

yaitu *Tax Avoidance*, sebesar 18,69%. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi sebesar 18,69% terhadap perubahan *Tax Avoidance*, sedangkan sisanya sebesar 81,31% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Uji Simultan)

R-squared	0.225021	Mean dependent var	0.110926
Adjusted R-squared	0.186907	S.D. dependent var	0.095442
S.E. of regression	0.086061	Sum squared resid	0.451799
F-statistic	5.903921	Durbin-Watson stat	1.375343
Prob(F-statistic)	0.001323		

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Hasil pengujian analisis regresi data panel pada tabel 4.18 diatas menunjukkan hasil dari F-hitung sebesar 5.903921. Sementara untuk memperoleh nilai f-tabel, maka perlu mencari $df1 = k$ (jumlah variabel independen ditambah variabel dependen) - 1 dan $df2 = n$ (banyak data) - k, sehingga dalam penelitian ini memperoleh $df1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = 65 - 4 = 61$ dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ maka dari perhitungan tersebut diperoleh F-tabel sebesar 2.76. sehingga F-hitung $5.903921 > F\text{-tabel } 2.76$ dengan nilai Prob (F-Statistic) yang didapat dalam penelitian ini sebesar 0,001323, maka hasil tersebut dapat disimpulkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi ($0,001323 < 0.05$) sehingga dapat dikatakan bahwa H1 diterima atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan, yaitu *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan*, dan *Sales Growth* berpengaruh secara simultan terhadap *Tax Avoidance*.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 06/27/26 Time: 00:24
Sample: 2020 2024
Periods included: 5
Cross-sections included: 13
Total panel (balanced) observations: 65
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.325929	0.189648	1.718597	0.0908
X1	-0.018482	0.072832	-0.253768	0.8005
X2	-0.004343	0.006122	-0.709331	0.4808
X3	0.028193	0.006484	4.347734	0.0001

Sumber : Output Eviews 12, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperoleh nilai t-hitung sebesar -0,253768 atau nilai absolut

sebesar 0,253768. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan t-tabel sebesar 1,999 ($0,253768 < 1,999$). Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,8005 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($0,8005 > 0,05$). Dengan demikian, H2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar -0,709331 atau nilai absolut sebesar 0,709331. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan t-tabel sebesar 1,999 ($0,709331 < 1,999$). Di samping itu, nilai probabilitas sebesar 0,4808 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($0,4808 > 0,05$). Oleh karena itu, H3 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel *Sales Growth* memperoleh nilai t-hitung sebesar 4,347734, yang lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,999 ($4,347734 > 1,999$). Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,0001 lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,0001 < 0,05$). Dengan demikian, H4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* berpengaruh secara simultan terhadap *Tax Avoidance*

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel pada penelitian ini, hasil uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 5,903921 lebih besar daripada nilai F-tabel sebesar 2,76 ($5,903921 > 2,76$). Selain itu, nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,001323 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 5% ($0,001323 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Artinya, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap tingkat *Tax Avoidance* perusahaan. Selanjutnya, nilai Adjusted R-squared sebesar 0,186907 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* mampu menjelaskan variasi *Tax Avoidance* sebesar

18,69%. Sementara itu, sisanya sebesar 81,31% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Tax Avoidance*

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, nilai t-hitung untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar - 0,253768 atau nilai absolut sebesar 0,253768. Nilai tersebut lebih kecil daripada nilai t-tabel sebesar 1,999 ($0,253768 < 1,999$). Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,8005 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi 5% ($0,8005 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Tax Avoidance*

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar -0,709331 atau nilai absolut sebesar 0,709331. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan t-tabel sebesar 1,999 ($0,709331 < 1,999$). Di samping itu, nilai probabilitas sebesar 0,4808 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($0,4808 > 0,05$). Oleh karena itu, H3 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap *Tax Avoidance*

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, variabel *Sales Growth* memperoleh nilai t-hitung sebesar 4,347734, yang lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,999 ($4,347734 > 1,999$). Selain itu, nilai probabilitas sebesar 0,0001 lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($0,0001 < 0,05$). Dengan demikian, H4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance* pada perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024.

Corporate Social Responsibility (CSR) (X1) dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*, yang berarti tingkat pengungkapan CSR belum menjadi faktor yang mempengaruhi praktik tersebut.

Ukuran Perusahaan (X2) dapat disimpulkan bahwa tidak berpengaruh signifikan

terhadap *tax avoidance*, sehingga besar kecilnya perusahaan tidak menentukan praktik tersebut.

Sales Growth (X3) dapat disimpulkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Tax Avoidance*, artinya semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka kecenderungan melakukan *tax avoidance* juga meningkat.

Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya, Diharapkan dapat menambah periode penelitian, menambah variabel lain yang mempengaruhi penghindaran pajak seperti *leverage*, *profitabilitas*, *capital intensity*, *good corporate governance* dan berbagai variabel lainnya. Dikarenakan *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan* dan *Sales Growth* hanya mampu menjelaskan 0,1869 atau 18,69% terhadap variabel *Tax Avoidance*. Hal ini berarti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan* dan *Sales Growth* masih sangat terbatas dalam menerangkan variabel *Tax Avoidance*.

Bagi Perusahaan, Perusahaan *go public* diharapkan lebih berhati-hati dalam memberikan keputusan terkait dengan manajemen pajak yang digunakan dalam perusahaan beserta risiko yang akan ditanggung dari setiap keputusan yang dibuat agar terhindar dari sanksi administrasi pajak bahkan sanksi pidana. Perusahaan diharapkan dapat mendisiplinkan kewajiban pajak atas penghasilannya dengan sesuai tanpa harus melakukan penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridayanti, & Putren, I. (2025). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Struktur Modal , dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan*. 10(1), 117–130.
- Apriliyani, L., & Kartika, A. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015–2019*. 15(2), 180–191.
- Arianti, B. F., & Yatinigrum, R. (2022). *Pengaruh Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pendahuluan*. 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Batubara, M. B. (2024). *Pengaruh Political Connection, Earning Management, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance dengan Corporate Governance sebagai Pemoderasi*. 13(2).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Gujarati, D. N. (2009). *Basic Econometrics*.
- Laila, F., & Rosyati, T. (2025). *pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Food & Beverage di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019–2023)*. 2(1), 99–120.

- Ningrum, M. A., & Irawati, W. (2025). *Pengaruh Umur Perusahaan , Corporate Social Responsibility dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance*. 4(4), 2527–2533.
- Nugroho, A. C., & Afifi, Z. (2022). *Pengaruh Financial Distress, Leverage, Sales Growth, Manajemen Laba, dan Intensitas Aset Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Selama Tahun 2018–2021*. 1.
- Prasetya, G., & Muid, D. (2022). *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Tax Avoidance*. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(1), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Pravitasari, H. A., & Khoirawati, N. (2022). *Pengaruh ukuran perusahaan , capital intensity dan sales growth terhadap penghindaran pajak*. 4(10).
- Prayoga, A. D., & Sumantri, F. A. (2023a). *Pengaruh Leverage , Profitabilitas , Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2021)*. 2, 1–14.
- Putri, S. A., & Yuliafitri, I. (2024). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak Sumber : Data diolah peneliti , Badan Pusat Statistik Tabel 1 menunjukkan realisasi penerimaan negara Indonesia masih mengandalkan penerimaan perp*. 4(3), 1499–1514.
- Rahmawati, S., Dimiyati, M., & Sari, N. K. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Sales Growth, Risiko Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Modal terhadap Penghindaran Pajak*. 1(1), 135–151.
- Rahmayani, A., & Nurhayati. (2025). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth terhadap Penghindaran Pajak*. 6, 303–313.
- Reluna, D., & Bernarda. (2025). *Pengaruh Struktur Modal, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Inflasi terhadap Nilai Perusahaan*. 1(3).
- Saputra, D., Dwi, R. C., & Yulita, R. H. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak*. 6(1), 47–57. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i1.641>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. In *Alfabet*.
- Tahar, A., & Rachmawati, D. (2020). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015–2017) Indonesia Tahun 2015-2017*). XVIII(1), 98–115.
- Wulandari, I., & Pratiwi, A. P. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, dan Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance*. *Journal Islamic Accounting Competency*, 3(2), 57–70.
- Zoebar, M. K. Y., & Miftah, D. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, dan Kualitas Audit terhadap Penghindaran Pajak*. 7(1).