

Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur BEI 2020-2024

Milda Fauziah¹, Muhammad Ikhsan Febriyanto²

^{1,2} Universitas Pamulang

e-mail: ¹mildafau Fauziah@gmail.com, ²dosen03169@unpam.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
14-08-2026	21-08-2026	26-08-2026

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Kebaruan penelitian ini terletak pada pemilihan objek sektor barang konsumen primer pascapemberlakuan kebijakan pajak minimum global, konteks yang belum banyak diuji pada penelitian terdahulu. Populasi penelitian berjumlah 132 perusahaan, dan melalui teknik purposive sampling diperoleh 18 perusahaan sampel selama lima tahun pengamatan sehingga total data menjadi 90 observasi. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan Eviews 12, meliputi pemilihan model melalui Uji Chow dan Uji Hausman, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis melalui Uji F dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Green Accounting, CSR, dan Sales Growth berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance dengan kemampuan menjelaskan variasi sebesar 35,14 persen. Secara parsial, Green Accounting dan Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance, sedangkan CSR berpengaruh signifikan dan searah, yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR maka semakin rendah kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak. Penelitian ini merekomendasikan agar penelitian selanjutnya memperluas sektor dan periode pengamatan, serta mempertimbangkan proksi pengukuran lain agar hasil lebih representatif dan dapat digeneralisasi.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR); Green Accounting; Sales Growth; Tax Avoidance.*

Abstract - This study aims to analyze the effect of Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), and Sales Growth on Tax Avoidance in primary consumer goods manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020-2024 period. The novelty of this study lies in examining the primary consumer goods sector following the enactment of the global minimum tax policy, a context that has rarely been tested in prior studies. The population consisted of 132 companies, and through purposive sampling 18 companies were obtained as the sample over five years of observation, resulting in 90 total observations. The analytical method used was panel data regression assisted by Eviews 12, including model selection through the Chow and Hausman tests, classical assumption tests, and hypothesis testing through the F test and t test. The results show that simultaneously Green Accounting, CSR, and Sales Growth have a significant effect on Tax Avoidance, explaining 35.14 percent of its variation. Partially, Green Accounting and Sales Growth have no significant effect on Tax Avoidance, while CSR has a significant positive effect, meaning that higher CSR disclosure is associated with a lower tendency toward tax avoidance. This study recommends that future research expand the industry sector and observation period, and consider alternative measurement proxies to produce more representative and generalizable results.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR); Green Accounting; Sales Growth; Tax Avoidance.*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang membiayai pembangunan dan pelayanan publik, dengan kontribusi mencapai sekitar 80% dari pendapatan negara. Pemerintah senantiasa berupaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak guna mengoptimalkan penerimaan pajak (Sulaeman, 2021; Veronica et al., 2021).

Fenomena tax avoidance di Indonesia pada 2024-2025 semakin menjadi perhatian serius. IMF memperkirakan Indonesia kehilangan sekitar 3,7% dari PDB akibat penghindaran pajak dan praktik ilegal lainnya. Penerimaan PPh Badan pada 2024 mengalami kontraksi 18,1% menjadi Rp335,8 triliun, dan tren pelemahan berlanjut hingga 2025 (DDTC News, 2025). Pemerintah kemudian menerbitkan PMK Nomor 136 Tahun 2024 tentang Pajak Minimum Global sebagai upaya menutup celah penghindaran pajak (Direktorat Jenderal Pajak, 2025). Sektor barang konsumen primer, sebagai sektor dengan pertumbuhan penjualan berkelanjutan dan kontribusi pajak besar, tercatat memiliki nilai rata-rata Effective Tax Rate (ETR) yang berada di bawah tarif PPh Badan resmi sebesar 22% (Purba et al., 2025), yang mengindikasikan adanya upaya sistematis menekan beban pajak.

Tax avoidance merupakan strategi legal yang digunakan perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak dengan memanfaatkan celah regulasi (Caroline & Fajriana, 2025). Meskipun legal, praktik ini dapat menimbulkan risiko reputasi bagi perusahaan dan menurunkan penerimaan negara (Sihono & Febyansyah, 2023). Beberapa faktor diduga memengaruhi tax avoidance, di antaranya Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Sales Growth. Penelitian Hamimah et al. (2024) dan Sijabat et al. (2025) menemukan Green Accounting berpengaruh terhadap tax avoidance, sedangkan Amalia Putri et al. (2024) menemukan hasil sebaliknya. Demikian pula, CSR ditemukan berpengaruh signifikan oleh Muslim et al. (2021) dan Hasnita et al. (2023), namun tidak berpengaruh menurut Datul Ilham et al. (2022). Sales Growth juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten antara Ainnyia et al. (2021) dengan Sembiring dan Sa'adah (2021) serta Christine (2022).

Diantaranya Green Accounting, Corporate Social Responsibility (CSR), dan Sales Growth. Green Accounting merupakan pendekatan yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam pelaporan keuangan, yang diharapkan mampu meningkatkan transparansi sekaligus memengaruhi sikap perusahaan terhadap kepatuhan pajak. Penelitian Hamimah et al. (2024) dan Sijabat et al. (2025) menemukan bahwa Green Accounting berpengaruh terhadap tax avoidance, sedangkan Amalia Putri et al. (2024) menemukan hasil yang berlawanan, sehingga terjadi research gap yang perlu diuji lebih lanjut.

Demikian pula dengan CSR, yang mencerminkan komitmen perusahaan terhadap etika, lingkungan, dan tanggung jawab sosial. Muslim et al. (2021) dan Hasnita dan Silvera (2023) menemukan CSR berpengaruh signifikan terhadap tax avoidance, sementara Datul Ilham et al. (2022) menemukan CSR tidak berpengaruh karena pengungkapan CSR lebih ditujukan untuk membangun citra positif tanpa memengaruhi kebijakan pajak secara langsung. Sales Growth turut menjadi variabel yang hasilnya tidak konsisten antarpelelitian: Ainnyia et al. (2021) menemukan pertumbuhan penjualan meningkatkan kecenderungan tax avoidance, sedangkan Sembiring dan Sa'adah (2021) serta Christine (2022) menemukan pengaruh negatif yang signifikan.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu (research gap) tersebut mendorong perlunya pengujian lebih lanjut pada konteks yang berbeda. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan memfokuskan objek penelitian pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2020-2024, yaitu sektor yang memiliki peran strategis sekaligus

rentan terhadap praktik penghindaran pajak, terutama pascaterbitnya kebijakan pajak minimum global. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Accounting, CSR, dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance, baik secara simultan maupun parsial, sekaligus memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian akuntansi keberlanjutan dan perpajakan.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur mengenai determinan tax avoidance dengan memadukan perspektif Teori Legitimasi dan Teori Agensi dalam satu kerangka analisis. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi otoritas pajak dalam merumuskan kebijakan pengawasan kepatuhan wajib pajak di sektor barang konsumen primer, bagi manajemen perusahaan dalam menyusun strategi keberlanjutan yang selaras dengan kepatuhan pajak, serta bagi akademisi dan peneliti selanjutnya sebagai rujukan empiris pada konteks sektor dan periode yang lebih mutakhir, khususnya pascaberlakunya kebijakan pajak minimum global di Indonesia.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dan masyarakat terikat dalam suatu kontrak sosial, sehingga perusahaan memperoleh hak untuk beroperasi selama kegiatannya selaras dengan nilai dan norma yang diterima oleh masyarakat (Dowling & Pfeffer, 1975). Suatu perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan aktivitasnya apabila manajemen menganggap pengungkapan tersebut merupakan sesuatu yang diharapkan oleh komunitas dan masyarakat luas (Melawati & Rahmawati, 2022). Dalam konteks tax avoidance, perusahaan yang secara aktif mengungkapkan Green Accounting dan CSR berupaya menjaga legitimasi di mata publik dengan turut menjaga kepatuhan pajak sebagai bagian dari konsistensi nilai yang dikomunikasikan kepada masyarakat.

Perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer umumnya beroperasi dengan intensitas interaksi yang tinggi dengan konsumen akhir, sehingga lebih rentan terhadap sorotan publik terkait aspek lingkungan dan sosial. Dalam kondisi tersebut, pengungkapan Green Accounting dan CSR menjadi salah satu instrumen penting bagi perusahaan untuk menunjukkan keselarasan antara aktivitas bisnis dengan ekspektasi sosial, termasuk ekspektasi terkait kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan sebagai kontribusi nyata kepada negara dan masyarakat.

Teori Agensi (Agency Theory)

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara principal dan agent yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan akibat asimetri informasi (Jensen & Meckling, 1976). Dalam konteks penelitian ini, pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat mendorong manajemen untuk memaksimalkan laba melalui strategi penghindaran pajak guna meningkatkan kinerja yang tampak serta insentif yang diperoleh manajemen (Safitri & Damayanti, 2021), sehingga teori agensi relevan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara Sales Growth dan Tax Avoidance.

Asimetri informasi antara manajemen dan pemilik memberi ruang bagi manajemen untuk mengambil keputusan operasional, termasuk keputusan yang berkaitan dengan perencanaan pajak, tanpa selalu dapat diawasi secara penuh oleh pemilik. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat, tekanan untuk menunjukkan kinerja laba yang baik turut meningkat, sehingga manajemen berpotensi memanfaatkan celah regulasi perpajakan sebagai salah satu instrumen efisiensi biaya guna memenuhi ekspektasi kinerja tersebut.

Tax Avoidance

Tax avoidance merupakan strategi pengendalian tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menekan beban pajak serendah mungkin dengan memanfaatkan celah atau mekanisme peraturan perpajakan yang diakui oleh hukum, misalnya melalui pengaturan biaya, pemanfaatan depresiasi aset, serta teknik akuntansi tertentu (Caroline & Fajriana, 2025). Dari perspektif ekonomi, tax avoidance dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan laba dan efisiensi pajak, karena pajak dianggap sebagai beban yang mengurangi keuntungan perusahaan (Sihono & Febyansyah, 2023). Dalam penelitian ini, Tax Avoidance diproksikan dengan Effective Tax Rate (ETR), yaitu rasio beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak (Kurniyawati et al., 2023), di mana semakin rendah nilai ETR menunjukkan tingkat tax avoidance yang semakin tinggi.

Green Accounting

Green Accounting merupakan konsep akuntansi yang mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam proses pencatatan, pengukuran, dan pelaporan keuangan perusahaan, dengan tujuan meningkatkan transparansi serta tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dari aktivitas operasionalnya (Sijabat et al., 2025). Penerapan Green Accounting berfungsi tidak hanya sebagai alat pelaporan, tetapi juga sebagai mekanisme untuk mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara ekologis (Hamimah et al., 2024). Dalam penelitian ini, Green Accounting diukur menggunakan peringkat PROPER yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, dengan skala Emas = 5, Hijau = 4, Biru = 3, Merah = 2, dan Hitam = 1 (Hamimah et al., 2024),

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, tidak hanya berfokus pada pencapaian laba tetapi juga tanggung jawab atas dampak operasional yang ditimbulkan kepada masyarakat dan lingkungan (Amaliyah et al., 2024). Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara konsisten dipandang mampu membangun legitimasi dan kepercayaan publik (Jao, 2022). Namun demikian, hubungan CSR dengan tax avoidance masih beragam dalam temuan empiris: sebagian penelitian menunjukkan CSR menekan tax avoidance karena perusahaan menjaga reputasi, sementara penelitian lain menemukan biaya CSR dapat dimanfaatkan sebagai pengurang laba kena pajak sehingga berpotensi meningkatkan tax avoidance (Muslim et al., 2021). Dalam penelitian ini, CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan 63 item indikator GRI Standards 2016 yang mencakup dimensi lingkungan (GRI 300) dan sosial (GRI 400) (Jao, 2022).

Sales Growth

Sales Growth mencerminkan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya dan menjadi tolok ukur perkembangan bisnis suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi berpotensi meningkatkan laba, sehingga mendorong manajemen mempertimbangkan strategi penghindaran pajak untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Safitri & Damayanti, 2021). Di sisi lain, sebagian penelitian menemukan bahwa perusahaan dengan penjualan besar justru lebih mampu memenuhi kewajibannya sehingga kecenderungan tax avoidance menurun (Sembiring & Sa'adah, 2021; Christine, 2022). Dalam penelitian ini, Sales Growth diukur dari selisih penjualan periode berjalan dengan periode sebelumnya dibagi penjualan periode sebelumnya (Ainniyya et al., 2021).

Pengembangan Hipotesis

Secara simultan, Green Accounting, CSR, dan Sales Growth mencerminkan upaya perusahaan menjaga keberlanjutan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan kinerja bisnis, yang berpotensi memengaruhi keputusan perpajakan perusahaan.

H1: *Green Accounting, CSR, dan Sales Growth secara simultan diduga berpengaruh terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer di BEI periode 2020-2024.*

Perusahaan yang menerapkan Green Accounting secara aktif mengomunikasikan nilai keberlanjutan kepada publik sehingga memiliki insentif menjaga kepatuhan pajak demi konsistensi citra tersebut (Hamimah et al., 2024; Sijabat et al., 2025).

H2: *Green Accounting diduga berpengaruh terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer di BEI periode 2020-2024.*

Perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi cenderung menjaga reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan, termasuk dalam memenuhi kewajiban perpajakan (Muslim et al., 2021; Hasnita & Silvera, 2023).

H3: *Corporate Social Responsibility diduga berpengaruh terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer di BEI periode 2020-2024.*

Sales Growth yang tinggi dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga mendorong manajemen melakukan strategi penghindaran pajak guna memaksimalkan nilai perusahaan (Safitri & Damayanti, 2021), meskipun sebagian penelitian menemukan pengaruh negatif (Sembiring & Sa'adah, 2021; Christine, 2022).

H4: *Sales Growth diduga berpengaruh terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer di BEI periode 2020-2024.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2020-2024, yang diperoleh dari www.idx.co.id dan situs resmi masing-masing perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel yang telah ditetapkan secara numerik dan diuji secara statistik (Sugiyono, 2023). Jenis penelitian ini bersifat asosiatif kausal karena bertujuan mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, dengan unit analisis berupa perusahaan (firm-level) dan data berbentuk panel yang menggabungkan dimensi cross-section (18 perusahaan) dan time-series (2020-2024).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini berjumlah 132 perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang tercatat di BEI. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 18 perusahaan sampel selama lima tahun pengamatan (2020-2024) dengan total 90 observasi.

Tabel 1. Kriteria Penarikan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumen primer yang tercatat di BEI	132
2.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2024	(46)
3.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap berturut-turut di BEI tahun 2020-2024	(18)
4.	Perusahaan yang mengalami laba secara berturut-turut 2020-2024	(28)
5.	Laporan keuangan yang mengalami Perusahaan yang lengkap sesuai dengan variabel yang dibutuhkan	(22)
Jumlah perusahaan yang diteliti tahun 2020-2024		18

Sumber: Hasil olah data penulis (2026)

Operasional Variabel

Variabel dependen adalah Tax Avoidance yang diprosikan dengan Effective Tax Rate (ETR), yaitu rasio beban pajak penghasilan terhadap laba sebelum pajak (Kurniyawati et al., 2023). Variabel independen terdiri atas: Green Accounting (X1), diukur menggunakan peringkat PROPER Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan skala Emas=5, Hijau=4, Biru=3, Merah=2, dan Hitam=1 (Hamimah et al., 2024); Corporate Social Responsibility (X2), diukur menggunakan CSR Disclosure Index (CSRDI) berdasarkan 63 item indikator GRI Standards 2016 (Jao, 2022); dan Sales Growth (X3), diukur dari selisih penjualan periode berjalan dengan periode sebelumnya dibagi penjualan periode sebelumnya (Ainniyya et al., 2021). Rincian operasionalisasi variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Tax Avoidance (Y)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ (Kurniyawati et al., 2023)	Rasio
Green Accounting (X1)	Peringkat PROPER: Emas=5, Hijau=4, Biru=3, Merah=2, Hitam=1 (Hamimah et al., 2024)	Rasio
CSR (X2)	$CSRDI = \frac{\sum \text{item diungkapkan}}{63 \text{ item indikator GRI 2016}}$ (Jao, 2022)	Rasio
Sales Growth (X3)	$\frac{(\text{Penjualan } n - \text{Penjualan } n-1)}{\text{Penjualan } n-1}$ (Ainniyya et al., 2021)	Rasio

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan Eviews 12. Pemilihan model estimasi terbaik antara Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM) dilakukan melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (Ghozali & Ratmono, 2017). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas Jarque-Bera, uji multikolinearitas melalui matriks korelasi antarvariabel independen, uji heteroskedastisitas dengan metode Breusch-Pagan-Godfrey, dan uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien determinasi (R^2), uji F untuk melihat pengaruh simultan, dan uji t untuk melihat pengaruh parsial pada taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap 90 data observasi disajikan pada Tabel 5. Variabel Tax Avoidance memiliki nilai rata-rata 0,232488 dengan standar deviasi 0,041405, menunjukkan sebaran data yang relatif homogen antarperusahaan sampel. Variabel Green Accounting memiliki rata-rata 3,100000 yang mengindikasikan sebagian besar perusahaan sampel berada pada peringkat PROPER Biru hingga Hijau, CSR memiliki rata-rata 0,396366, dan Sales Growth memiliki rata-rata 0,092582 dengan standar deviasi 0,175439 yang lebih besar dari rata-ratanya, mengindikasikan variasi pertumbuhan penjualan antarperusahaan yang cukup tinggi selama periode pengamatan.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

Statistik	Tax Avoidance	Green Accounting	CSR	Sales Growth
Mean	0.232488	3.100000	0.396366	0.092582
Median	0.231550	3.000000	0.406300	0.066200
Maximum	0.388900	4.000000	0.765600	1.160300
Minimum	0.051500	3.000000	0.062500	-0.170600
Std. Dev.	0.041405	0.301681	0.181639	0.175439
Observations	90	90	90	90

Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 (2026)

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model estimasi terbaik dilakukan melalui tiga tahap pengujian. Uji Chow membandingkan Common Effect Model dengan Fixed Effect Model dan menghasilkan nilai probabilitas Cross-section Chi-square sebesar 0,0000 ($< 0,05$), sehingga Fixed Effect Model lebih tepat digunakan dibandingkan Common Effect Model. Selanjutnya, Uji Hausman membandingkan Fixed Effect Model dengan Random Effect Model dan menghasilkan nilai probabilitas Cross-section random sebesar 0,0174 ($< 0,05$), sehingga Fixed Effect Model (FEM) dipilih sebagai model estimasi terbaik dalam penelitian ini. Karena hasil Uji Chow dan Uji Hausman telah secara konsisten mengarah pada Fixed Effect Model, pengujian Lagrange Multiplier tidak lagi diperlukan untuk menentukan model akhir. Ringkasan hasil pengujian pemilihan model disajikan pada

Tabel 4. Ringkasan Pengujian Pemilihan Model Regresi Data Panel

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji Chow	Common Effect vs Fixed Effect	Fixed Effect Model
2	Uji Hausman	Fixed Effect vs Random Effect	Fixed Effect Model

Sumber: Hasil olah data penulis (2026)

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan estimasi regresi data panel, model diuji terlebih dahulu untuk memenuhi asumsi klasik agar hasil estimasi bersifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji normalitas Jarque-Bera menunjukkan nilai probabilitas di atas 0,05 sehingga residual model dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat matriks korelasi antarvariabel independen, dengan hasil seluruh koefisien korelasi berada di bawah 0,9 sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas yang serius antarvariabel bebas. Uji heteroskedastisitas dengan metode Breusch-Pagan-Godfrey menghasilkan nilai probabilitas $\text{Obs} \times \text{R-squared}$ sebesar 0,3655 ($> 0,05$), yang berarti model terbebas dari masalah heteroskedastisitas, sedangkan uji autokorelasi menggunakan statistik Durbin-Watson menghasilkan nilai sebesar 2,089792 yang mendekati angka 2, sehingga dapat disimpulkan model tidak mengalami autokorelasi baik positif maupun negatif. Ringkasan hasil pengujian asumsi klasik disajikan pada Tabel 8. Secara keseluruhan, model regresi data panel dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

Hasil Regresi dan Uji Hipotesis

Hasil estimasi Fixed Effect Model disajikan pada Tabel 4. Uji F menunjukkan nilai probabilitas F-statistic sebesar 0,000078 ($< 0,05$) dengan R-squared 0,497168 dan Adjusted R-squared 0,351420, yang berarti Green Accounting, CSR, dan Sales Growth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance dan mampu menjelaskan 35,14% variasinya, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Uji t menunjukkan variabel Green Accounting (Prob. 0,6127) dan Sales Growth (Prob. 0,8136) tidak berpengaruh signifikan, sedangkan CSR (Prob. 0,0385) berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance.

Tabel 5. Hasil Estimasi Fixed Effect Model (FEM)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.191264	0.048352	3.955709	0.0002
Green Accounting (X1)	0.007764	0.015268	0.508524	0.6127
CSR (X2)	0.042008	0.033093	1.569424	0.0385
Sales Growth (X3)	0.005446	0.023009	0.236684	0.8136

R-squared: 0.497168

Adjusted R-squared: 0.351420

F-statistic: 3.411142

Prob(F-statistic): 0.000078

Durbin-Watson stat: 2.089792

Sumber: Hasil olah data penulis dengan Eviews 12 (2026)

Pengaruh Green Accounting, CSR, dan Sales Growth secara Simultan terhadap Tax Avoidance

Hasil pengujian H1 diterima, menunjukkan bahwa praktik tax avoidance merupakan hasil interaksi antara aspek lingkungan, tanggung jawab sosial, dan kondisi operasional perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Caroline dan Fajriana (2025), Hamimah et al. (2024), Muslim et al. (2021), dan Ainnyya et al. (2021), yang masing-masing membuktikan bahwa faktor keberlanjutan dan kinerja bisnis berkontribusi terhadap keputusan perpajakan perusahaan. Berdasarkan Teori Legitimasi dan Teori Agensi, perusahaan yang menerapkan Green Accounting dan CSR secara baik cenderung lebih memperhatikan kepatuhan pajak sebagai bagian dari upaya menjaga legitimasi dan nilai perusahaan.

Pengaruh Green Accounting terhadap Tax Avoidance

Hasil pengujian H2 ditolak; Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan Green Accounting pada perusahaan sektor barang konsumen primer lebih berorientasi pada kepatuhan regulasi lingkungan dan peningkatan citra, bukan sebagai dasar strategi perpajakan. Temuan ini konsisten dengan Amalia Putri et al. (2024), namun berbeda dengan Hamimah et al. (2024) dan Sijabat et al. (2025) yang menemukan pengaruh signifikan, diduga akibat perbedaan proksi pengukuran dan karakteristik sampel.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Tax Avoidance

Hasil pengujian H3 diterima; CSR berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance dengan koefisien positif, yang berarti semakin tinggi pengungkapan CSR maka ETR semakin meningkat atau tax avoidance semakin rendah. Temuan ini mendukung Teori Legitimasi bahwa pembayaran pajak merupakan salah satu wujud tanggung jawab perusahaan kepada negara, sejalan dengan Muslim et al. (2021) dan Hasnita dan Silvera (2023).

Pengaruh Sales Growth terhadap Tax Avoidance

Hasil pengujian H4 ditolak; Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. Peningkatan penjualan tidak selalu diikuti peningkatan laba akibat kenaikan biaya operasional, sehingga tidak secara langsung mendorong strategi penghindaran pajak. Berdasarkan Teori Agensi, manajemen dapat lebih memilih strategi efisiensi operasional dibandingkan tax avoidance. Temuan ini sejalan dengan Febriyanto dan Finatariyani (2025), namun berbeda dengan Ainnyya et al. (2021) dan Christine (2022).

IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat relevansi Teori Legitimasi dalam menjelaskan perilaku perpajakan perusahaan, khususnya melalui temuan bahwa pengungkapan CSR yang lebih tinggi berasosiasi dengan kecenderungan tax avoidance yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memandang kepatuhan pajak sebagai bagian dari upaya menjaga legitimasi sosial di mata pemangku kepentingan, sejalan dengan pandangan Dowling dan Pfeffer (1975) serta Melawati dan Rahmawati (2022). Sebaliknya, tidak signifikannya pengaruh Green Accounting dan Sales Growth menunjukkan bahwa tidak semua bentuk keterbukaan informasi maupun kinerja operasional secara otomatis diterjemahkan menjadi perilaku pajak yang lebih patuh, sehingga penelitian mendatang perlu mempertimbangkan variabel moderasi atau mediasi, misalnya profitabilitas atau kepemilikan institusional, untuk memperdalam pemahaman mekanisme tersebut.

Implikasi Praktis

Bagi manajemen perusahaan, temuan ini menegaskan pentingnya pengungkapan CSR yang konsisten dan berkualitas sebagai bagian dari strategi keberlanjutan sekaligus kepatuhan pajak, karena keduanya terbukti saling terkait secara empiris. Bagi otoritas pajak dan regulator, hasil penelitian dapat menjadi masukan bahwa pengawasan terhadap kepatuhan pajak sektor barang konsumen primer sebaiknya turut mempertimbangkan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai salah satu indikator pendukung dalam pemetaan risiko kepatuhan, mengingat kaitan positif antara CSR dan penurunan ETR. Bagi investor dan analis, informasi mengenai pengungkapan CSR perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer dapat menjadi salah satu pertimbangan tambahan dalam menilai potensi risiko perpajakan suatu perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: (1) Green Accounting, CSR, dan Sales Growth Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Green Accounting, CSR, dan Sales Growth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2020-2024; (2) Green Accounting tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance; (3) CSR berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance dengan arah pengaruh positif terhadap ETR; dan (4) Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. Hasil ini memberikan pemahaman bahwa dari ketiga variabel yang diuji, CSR merupakan faktor yang paling konsisten memengaruhi keputusan perpajakan perusahaan pada sektor yang diteliti.

Keterbatasan

Penelitian ini terbatas pada tiga variabel independen, periode pengamatan 2020-2024, dan satu sektor industri, yaitu barang konsumen primer, sehingga hasil belum tentu dapat digeneralisasi pada sektor lain yang memiliki karakteristik operasional dan regulasi yang berbeda. Pengukuran Green Accounting menggunakan proksi peringkat PROPER juga belum sepenuhnya menggambarkan seluruh dimensi akuntansi lingkungan perusahaan, karena peringkat tersebut bersifat administratif dan ditentukan oleh pihak eksternal.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian pada sektor industri lain serta memperpanjang periode pengamatan agar hasil lebih representatif dan dapat digeneralisasi secara lebih luas. Penelitian selanjutnya juga disarankan mempertimbangkan proksi pengukuran lain untuk Green Accounting, misalnya indeks pengungkapan lingkungan berdasarkan GRI, agar dapat menangkap dimensi akuntansi lingkungan secara lebih komprehensif. Bagi perusahaan, disarankan untuk terus meningkatkan penerapan Green Accounting dan CSR secara konsisten sembari tetap mematuhi regulasi perpajakan yang berlaku, termasuk ketentuan pajak minimum global. Bagi otoritas pajak, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan fiskal dan pengawasan kepatuhan wajib pajak pada sektor barang konsumen primer. Institusi pendidikan diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk pengembangan kajian akuntansi keberlanjutan dan perpajakan selanjutnya.

REFERENSI

- Ainniyya, S. M., Sumiati, A., & Sofianty, S. (2021). Pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 163–168. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1106>
- Amalia Putri, R., Lukita Sembiring, C., & Nasihin, I. (2024). The effect of institutional ownership, independent board of commissioners and green accounting on tax avoidance with company size as a moderating variable. www.idx.co.id
- Caroline, A., & Fajriana, I. (2025). Pengaruh leverage, capital intensity, dan sales growth terhadap tax avoidance. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 549–560.
- Christine, D. (2022). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Jurnal Akuntansi*, 5, 260–270.
- Datul Ilham, R., Handayani, D., & Dwiharyadi, A. (2022). Pengaruh corporate governance dan corporate social responsibility (CSR) terhadap tax avoidance. *JABEI*, 2(1). <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei>
- DDTC News. (2025). Realisasi pajak sepanjang 2024 tercapai 97,2% target, tumbuh 3,5%. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1808039>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2025). PMK 136/2024: Suar keadilan dalam pengaturan pajak minimum global. <https://www.pajak.go.id/en/node/114204>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Febriyanto, M. I., & Finatariyani, E. (2025). Pengaruh leverage, capital intensity, dan sales growth terhadap tax avoidance. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 549–560. <https://doi.org/10.60036/jbm.527>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis multivariat dan ekonometrika: Teori, konsep, dan aplikasi dengan EvIEWS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamimah, N., Ningrum, R. N. A. S., & Riyani, S. (2024). Pengaruh green accounting dan kinerja keuangan terhadap tax avoidance. *PIM: Prosiding Pekan Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 2774–3888.
- Hasnita, T., & Silvera, D. L. (2023). Pengaruh capital intensity, konservatisme akuntansi dan corporate social responsibility terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1). <https://doi.org/10.31933/epja.v1i1>
- Jao, R. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility terhadap penghindaran pajak. *Accounting, Accountability and Organization System (AAOS) Journal*, 4(1), 14–34.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kurniyawati, I., Nurjana, F., & Rosdiyati. (2023). Tren penghindaran pajak perusahaan transportasi. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 37–43.
- Melawati, H. G., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh green accounting dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan: Profitabilitas sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6), 1–25.
- Muslim, A., Nurlaela, L., & Faozyi, N. A. (2021). Pengaruh corporate social responsibility disclosure dan corporate governance terhadap tax avoidance pada perusahaan makanan dan minuman di Indonesia. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2).

- Purba, E. T. B., Taufik, T., & A, A. A. (2025). Pengaruh sales growth, leverage dan fixed asset intensity terhadap tax avoidance dengan institutional ownership sebagai variabel moderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 10(1), 181–195. <https://doi.org/10.52447/map.v10i1.8391>
- Safitri, N., & Damayanti, T. W. (2021). Sales growth dan tax avoidance dengan kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderasi. *Perspektif Akuntansi*, 4(2), 175–216. <https://doi.org/10.24246/persi.v4i2.p175-216>
- Sembiring, S. S., & Sa'adah, L. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap tax avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- Sihono, A., & Febyansyah, A. (2023). Tax avoidance dan tax risk: Peran moderasi dari corporate governance. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.18196/rabin.v7i1.16631>
- Sijabat, I. S. K., Simbolon, R. F., & Susanti, M. (2025). Pengaruh profitabilitas terhadap tax avoidance dengan green accounting sebagai variabel moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 2771–2785.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaeman, R. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak (tax avoidance). *Jurnal Syntax Idea*, 3(2), 354–367.
- Veronica, E., Kurnia, S., & M., M. A. (2021). The effect of deferred tax expense, sales growth, risk corporation, and business strategy on tax avoidance.