Journal of Economics, Bussiness and management Issues
Volume: 2, Nomor 2, 2025, *Hal*: 241-248)
https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.632

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Tax Avoidance: Bukti Empiris dari Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Wahyuningsih, Tsarina Zenabia
Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417, Indonesia

ARTICLE HISTORY
Received : 13 Januari 2025
Revised: 15 Februari 2025
Accepted : 11 Maret 2025

KEYWORDS
Corporate Social Responsibility; Sales Growth; Tax Avoidance; Linear Regression; Manufacturing Companies.

CORRESPONDENSI
Nama : Tsarina Zenabia
Email : dosen02502@unpam.ac.id

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and sales growth on tax avoidance in manufacturing companies in the food and beverage sector for the period 2019–2023. This research employs a quantitative approach with purposive sampling. Data processing is conducted using E-Views 12 with a multiple linear regression model. Classical assumption tests, including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests, indicate that the data meet the necessary analytical requirements. The findings reveal that CSR has a significant effect on tax avoidance, while sales growth does not significantly influence tax avoidance. Simultaneously, CSR and sales growth collectively affect tax avoidance. The coefficient of determination is 54.49%, indicating that the independent variables explain this proportion of the variation in tax avoidance, while the remaining 45.51% is influenced by other factors outside the model. These findings highlight the crucial role of CSR in corporate tax avoidance practices, whereas sales growth does not directly impact the level of tax avoidance.

Pendahuluan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2007 tentang perubahan ketiga atas UU No. 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menjelaskan bahwa "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat". Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara. Tanpa pajak, sebagian besar kegiatan negara sulit untuk dapat dilaksanakan, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan negara. Pajak merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi negara, karena memberikan kontribusi besar bagi penerimaan negara dan bagi kemakmuran rakyatnya, oleh karena itu pajak harus dikelola baik oleh negaranya (Hidayat, 2018). Pajak sendiri merupakan potensi penerimaan langsung yang segera bisa diolah untuk pembiayaan berbagai macam pengeluaran keperluan negara (Wulandari dan Wibowo, 2020).

Menurut Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (2023), terlihat bahwa pada tahun 2023 penerimaan dari pajak telah mencapai 108,88% dari target Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2023 yang berasal dari pajak dalam negeri dan pajak perdagangan Internasional. Dalam hal ini pemerintah sudah berhasil membantu

meningkatkan penerimaan negara melalui penerimaan pajak sebesar Rp 1.322,1 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp 1.869,2 triliun pada tahun 2023. Dalam periode tersebut, total penerimaan perpajakan cenderung mengalami penigkatan, seperti yang terlihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Tahun 2019-2023
(Dalam Triliun Rupiah)

Tahun	Target (Triliun)	Realisasi (Triliun)	Pencapaian Target (%)
2019	1.577,6	1.322,1	84,4
2020	1.198,9	1.070,0	89,3
2021	1.229,6	1.231,9	100,19
2022	1.485,0	1.716,8	115,6
2023	1.716,8	1.869,2	108,88

Sumber: Badan Pusat Statistik RI,(2023).

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang paling potensial dan menempati persentase tertinggi dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dibandingkan penerimaan lainnya. Pajak memiliki peran yang cukup besar untuk kepentingan pembangunan dan pembiayaan belanja negara. Oleh karena itu, sangat diharapkan Kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan dan memenuhi kewajiban perpajakannya (Diantari dan Ulupui, 2016).

Fenomena penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) banyak ditemukan oleh pihak yang berwenang menangani kasus tersebut di berbagai sektor usaha dan salah satunya, yaitu kasus penghindaran pajak dalam penelitian (Prasetyo & Pramuka, 2018) terjadi tahun 2013 pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Perkara pajak itu berkaitan dengan penghindaran pajak senilai Rp 1,3 miliar. Pokok perkara berawal ketika PT. Indofood Sukses MakmurTbk melakukan pemekaran usaha dengan cara mendirikan perusahaan baru dan mengalihkan aktiva, pasiva, dan operasional Divisi Noodle (pabrik mie instan) kepada PT. Indofood CBP Sukses Makmur. PT. Indofood melakukan pemekaran usaha untuk menghindari pajak, namun dengan pemekaran usaha Direktorat Jendral Pajak tetap memberikan keputusan bahwa PT. Indofood harus tetap membayar pajak yang terhutang tersebut senilai 1,3 miliar (*Indofood Sukses Makmur Kalah Di Peninjauan Kembali MA*, 2013). Penghindaran pajak yang terjadi pada PT. Indofood Sukses Makmur dalam penelitian ini yang termasuk sektor industri barang konsumsi terjadi karena perusahaan mengalihkan aktiva, pasiva, dan operasional divisi noodle kepada PT Indofood CBP Sukses Makmur (Sari dan Indrawan, 2022).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Tax Avoidance* di antaranya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian tentang hubungan *Tax Avoidance* dengan CSR sudah pernah diteliti oleh (Suripto, 2021) yang meneliti tentang pengungkapan CSR

terhadap *Tax Avoidance*. Hasil pengujian memberikan bukti adanya pengaruh negatif pengungkapan CSR terhadap *Tax Avoidance.* Perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi maka menggambarkan semakin rendahnya tingkat penghindaran pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Videya & Irawati, 2022) hasil penelitian mengungkapkan belum mampu membuktikan adanya pengaruh CSR terhadap *Tax Avoidance.* Hal ini kemungkinan karena informasi pengungkapan CSR perusahaan dalam laporan tahunan belum tentu sesuai dengan kegiatan CSR yang sebenarnya dilakukan perusahaan atau dengan kata lain belum semua diungkapkan sehingga dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan CSR tidak dilaporkan dalam laporan keuangan yang pada akhirnya tidak bisa mengurangi laba perusahaan (Alif Videya dan Irawati, 2022).

Faktor lain, yang mempengaruhi *Tax Avoidance*, yaitu Pertumbuhan Penjualan. Penelitian pada perusahaan pertambangan dan manufaktur (Billa & Fionasari, 2020) menemukan bahwa peningkatan penjualan berdampak negatif terhadap penghindaran pajak perusahaan. Namun, penelitian pada perusahaan pertambangan (Permata & Khomsiyah, 2022) dalam Malik, 2022) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berdampak positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak karena penjualan perusahaan dapat mengalihkan pajak. Perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih besar ketika penjualan terus meningkat, dan ini akan meningkatkan beban pajak mereka, yang mendorong mereka untuk menghindari pajak (Oktamawati, 2017) dalam Malik, 2022) (Sulistiawati & Sadewa, 2024).

Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu menunjukan hasil penelitian yang tidak konsisten. Sehingga penulis tertarik untuk membuktikan secara empiris "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Tax Avoidance*". Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terkait dengan populasi dan periode tahun penelitian.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2023. Dalam penelitian ini, sampling yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling* yang diambil dari jumlah populasi. *Purposive sampling,* yaitu teknik sampel dengan pertimbangan tertentu dimana hanya yang memenuhi kriteria yang dipilih sebagai sampel. Tempat Penelitian dilakukan melalui Website Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2019-2023 untuk memperoleh data laporan keuangan dan data lain yang dibutuhkan. Operasional variable penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulanya. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan, yaitu variabel dependen (Y), dan independen (X). Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) selaku variabel independen pertama (X1).

Dalam memperoleh data-data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua cara, yaitu penelitian pustaka yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti melalui buku, jurnal, internet, berita dan perangkat lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian (Sugiyono, 2013). Sedangkan penelitian lapangan bersumber dari laporan berkelanjutan dan laporan tahunan Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman tahun 2019-2023 yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dapat diakses melalui website resmi www.idx.co.id. Selain itu, peneliti melakukan analisis data dengan cara mengkategorikan, dijabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Terakhir, melakukan hipotesis untuk menguji seberapa pengaruh pada masing-masing variabel independen yang digunakan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kriteria dalam uji statistik t, yaitu bila nilai sig < 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya bila > 0,05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut yang tertera pada tabel 4.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.364909	0.029287	12.45961	0.0000
CSR	0.087392	0.037896	2.306122	0.0245
SG	-0.196671	0.106337	-1.849505	0.0692

Sumber Output Eviews 12 (diolah tahun 2025)

Dari tabel di atas dapat dijabarkan pengaruh *Corporate Social Responsibilty* (CSR) dan pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance* sebagia berikut :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance*

Pada Tabel 4.12 pada uji hipotesis menunjukan nilai prob *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0.0245 < 0.05 artinya variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi *Tax Avoidance*. Nilai prob Pertumbuhan Penjualan sebesar 0.0692 > 0.05 artinya Pertumbuhan Penjualan tidak mempengaruhi *Tax Avoidance*. Dalam hubungan dengan agensi teori manager perusahaan termotivasi melakukan kegiatan CSR melalui penghindaran pajak, agar dapat memaksimalkan kebutuhan pemegang saham (*Stakeholder*). Sedangkan dalam hubungan teori legitimasi perusahaan memiliki kewajiban untuk melaporkan aktivitas operasional yang berdampak pada aspek sosial dalam bentuk

Social Responsibility. Sesuai dengan Teori Keagenan pula perusahaan melakukan berbagai cara untuk memperlihatkan kinerja yang bagus. Karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka semakin berkurang aktivitas penghindaran pajak pada suatu perusahaan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian (Hidayati dan Fidiana, 2017), jika sebuah perusahaan mengelolah CSR perusahaannya dengan baik, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan maupun manfaat yang signifikan dalam bentuk reputasi perusahaan, yaitu dalam hal rekrutmen, motivasi dan refrensi karyawan serta sebagai saran untuk membangun dan mempertahankan kerja sama. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif besar akan memberikan peluang untuk memperoleh laba yang besar, apabila laba yang dihasilkan perusahaan adalah besar maka perusahaan akan melakukan perencanaan pajak sebaik mungkin sehingga perusahaan mampu untuk melakukan pembayaran pajak (Malik dkk, 2020).

Secara keseluruhan peneliti berasumsi bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi *Tax Avoidance* dengan cara melakukan kegiatan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan agar memperoleh *image positif*, dan beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan CSR ini dibebankan sebagai biaya untuk mengurangi penghasilan bruto. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin berkurang aktivitas *Tax Avoidance* pada suatu Perusahaan. Maka, Pertumbuhan Penjualan tidak mempengaruhi *Tax Avoidance*.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *Tax Avoidance.*

Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0245 < 0.05. Dapat disimpulkan bahwa *Tax Avoidance* dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak positif terhadap *Tax Avoidance* yang didukung oleh data dan sesuai penelitian, maka hipotesis dapat diterima. Hubungan dengan tanda positif tersebut menunjukan bahwa setiap perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka semakin tinggi tindakan *Tax Avoidance*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hidayati dan Fidiana, 2017) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hal ini berarti semakin besar kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan beberapa item CSR yang dilakukan oleh perusahaan merupakan pengeluaran yang dapat dibebankan sebagai biaya (*deductible expenses*), contohnya program beasiswa, program kesehatan untuk masyarakat, pelestarian lingkungan, dukungan terhadap UMKM, dan lain-lain.

Peneliti berasumsi bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Tax Avoidance* karena kegiatan CSR merupakan kegiatan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan agar memperoleh *image* positif dari masyarakat. Secara keseluruhan, beban kegiatan CSR dibebankan sebagai biaya untuk mengurangi penghasilan bruto. Sehingga dapat memiliki dampak signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap *Tax Avoidance.*

Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.0692 > 0.05 di mana Pertumbuhan Penjualan tidak mempengaruhi *Tax Avoidance*. Karena semakin besar pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan maka akan semakin rendah tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Malik dkk,2022) variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*. Apabila laba yang dihasilkan perusahaan adalah besar, maka perusahaan akan melakukan perencanaan pajak yang semakin baik pula. Oleh karena itu, kemungkinan perusahaan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak akan menjadi rendah.

Peneliti berasumsi bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*. Dikarenakan semakin tinggi Pertumbuhan Penjualan maka semakin berkurang aktivitas *Tax Avoidance* pada suatu perusahaan yang disebabkan karena perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif besar akan memberikan peluang untuk memperoleh laba yang besar, apabila laba yang dihasilkan perusahaan adalah besar maka perusahaan akan melakukan perencanaan pajak sebaik mungkin sehingga perusahaan mampu untuk melakukan pembayaran pajak.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Tax Avoidance*, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dengan keterlibatan CSR yang lebih tinggi cenderung menerapkan strategi penghindaran pajak. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*, yang berarti peningkatan pendapatan penjualan saja tidak secara langsung memengaruhi perilaku perencanaan pajak perusahaan. Selain itu, secara simultan, CSR dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*, dengan CSR sebagai faktor yang lebih dominan. Nilai koefisien determinasi sebesar 54,49% menunjukkan bahwa variabel CSR dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama menjelaskan variasi dalam *Tax Avoidance*, sedangkan 45,51% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, sampel penelitian terbatas pada perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman, sehingga temuan ini mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke industri lain. Kedua, penelitian ini hanya mempertimbangkan CSR dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen, sementara faktor lain yang berpotensi memengaruhi *Tax Avoidance*, seperti tata kelola perusahaan, struktur keuangan, dan kebijakan perpajakan, belum dimasukkan. Ketiga, periode penelitian yang terbatas pada tahun 2019–2023 mungkin belum sepenuhnya mencerminkan tren jangka panjang dalam praktik *Tax Avoidance* serta pengaruh faktor eksternal terhadap strategi perpajakan perusahaan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan industri guna meningkatkan generalisasi temuan. Selain itu, memasukkan variabel lain, seperti mekanisme tata kelola perusahaan dan indikator kinerja keuangan, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *tax*

avoidance. Studi longitudinal dengan cakupan waktu yang lebih panjang serta mempertimbangkan kondisi ekonomi yang berbeda juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika hubungan antara CSR, pertumbuhan penjualan, dan *Tax Avoidance*.

Daftar Pustaka

Alif Videya, A., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Corporate Social Responsibility, Intensitas Aset Tetap, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Tax Avoidance. In Anas Alif Videya & Wiwit Irawati Jurnal Akuntansi Barelang (Vol. 7, Issue 1). Http://Autonetmagz.Com

Billa, S., & Fionasari, D. (2020). Tax Evasion dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya: Studi pada KPP Pratama Tampan Pekanbaru. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, *2*(1), 138–146.

Hidayati, N., & Fidiana, F. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA), 6(3).

Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 3(1), 19-26.

Indofood Sukses Makmur Kalah di Peninjauan Kembali MA. (2013). Gresnews.Com. https://www.gresnews.com/artikel/81932/Indofood-Sukses-Makmur-Kalah-di-Peninjauan-Kembali-MA/

Malik, A., Pratiwi, A., & Umdiana, N. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance. " LAWSUIT" Jurnal Perpajakan, 1(2), 92-108.

Oktamawati, M. (2017). Pengaruh karakter eksekutif, komite audit, ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap tax avoidance. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, *15*(1), 23–40.

Permata, D., & Khomsiyah. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan dengan Akuntansi Lingkungan sebagai Variabel Moderasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, *6*(4), 3524–3532.

Prasetyo, A. T., Muttaqin, I., & Murdiati, S. (2023). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Konservatisme Akuntansi, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). JABKO: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Kontemporer, 3(2), 127-146.

Sari, M. R., & Indrawan, I. G. A. (2022). Pengaruh Kepemilikan Instutional, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance. Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi, 6(4), 4037-4049.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.*

Sulistiawati, A., & Sadewa, P. (2024). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity,

Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. Jurnal Nusa Akuntansi, 1(3), 896–919. Https://Doi.Org/10.62237/Jna.V1i3.130

Suripto, S. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsbility, Kualitas Audit Dan Manajemen Laba Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 5(1), 1651-1672.

Ulupui, P. R. (2016). Pengaruh Komite Audit, Proporsi Komisaris Independen, Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 16(1), 702-732.

Videya, A. A., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Corporate Social Responbility, Intensitas Aset Tetap, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Tax Avoidance: studi empiris perusahaan indeks saham LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.". *Jurnal Akuntansi Barelang*, *7*(1), 1–15.

Wulandari, D. S., & Wibowo, E. T. (2019). Ekstensifikasi Dan Kepatuhan Wajib Pajak Menyampaikan Surat Pemberitahuan Terhadap Penerimaan Pph Pasal 21. Jurnal Ekonomi, 24(3), 383-399.