

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian perlu adanya suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Sugiyono (2017:2) definisi metode penelitian adalah:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis”.

Dengan metode penelitian, penulis bermaksud mengumpulkan data dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data yang menunjang penyusunan laporan penelitian. Dalam penyusunan skripsi ini metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan metode analisis verifikatif.

Menurut Sugiyono (2014:86) metode penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang digunakan

untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Sedangkan Menurut Muri Yusuf (2014:62) pendekatan deskriptif adalah :

“salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu.”

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana Ukuran Perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan dan *tax avoidance* pada perusahaan Ukuran Perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

Pengertian verifikatif menurut Moch. Nazir (2011:91) adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas (hubungan sebab akibat) antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis menggunakan suatu perhitungan statistik sehingga di dapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam penelitian ini, pendekatan digunakan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance* pada perusahaan Manufaktur sub sektor Otomotif dan Komponen di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan dalam penelitian. Objek penelitian merupakan objek yang akan diteliti, dianalisis, dan

dikaji.

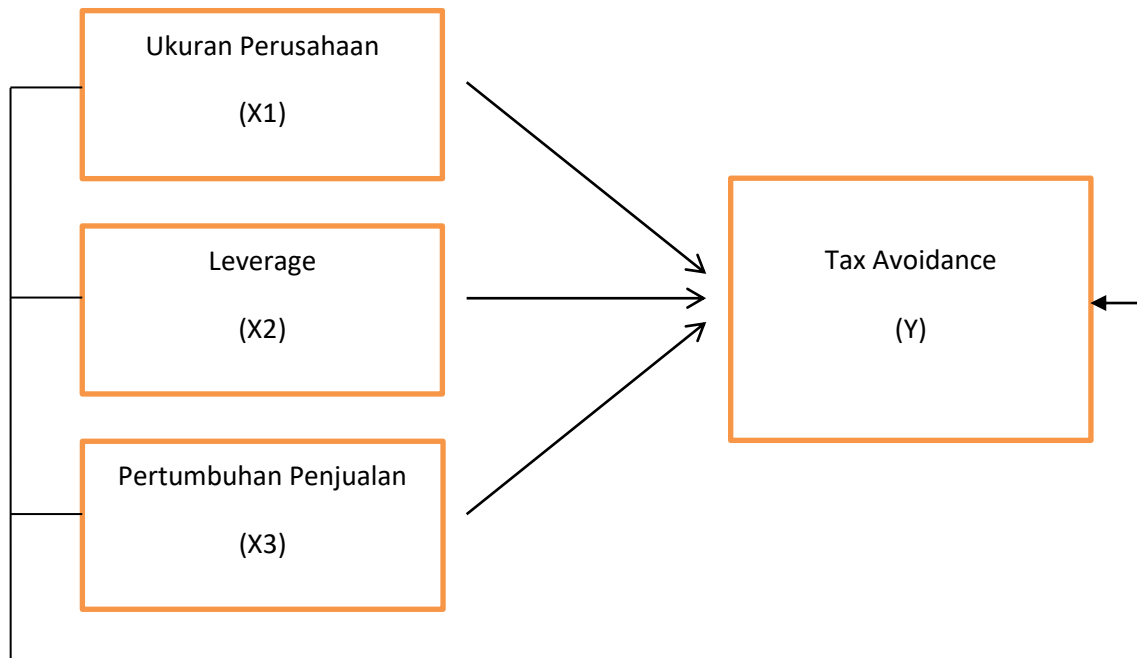
Menurut Sugiyono (2014:41) pengertian objek penelitian adalah:

“Suatu saran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal subjektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu).”

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang ditetapkan oleh penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu Ukuran Perusahaan, leverage, pertumbuhan penjualan dan *Tax Avoidance*.

3.1.2 Model Penelitian

Pada sebuah penelitian, model penelitian merupakan abstrak dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti, maka untuk menggambarkan hubungan antara *variable dependen* dan *variable independent* penulis memberikan model penelitian yang dapat dinyatakan dalam gambar berikut:



Gambar 3.1

Metode Penelitian

3.2. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel adalah sebagai berikut:

“Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan Terhadap *Tax Avoidance*” maka definisi dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

3.2.1.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah:

“Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam Penelitian terdapat tiga variabel bebas (*independent variabel*) yang diteliti yaitu:

a. Ukuran Perusahaan

Harahap (2011:23) menyatakan bahwa pengukuran ukuran perusahaan dapat di ukur sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total aset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu.”

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah menurut Harahap (2011:23) yaitu:

$$Size = Ln \text{ Total Aset}$$

Alasan penulis menggunakan *Ln Total Aset* sebagai indikator ukuran perusahaan karena Semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan dapat melakukan investasi baik untuk aset lancar maupun aset tetap dan juga memenuhi permintaan produk. Hal ini akan semakin memperluas pangsa pasar yang akan dicapai yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

b. Leverage

Menurut Irham Fahmi (2013:132) *leverage* adalah:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan yang dibiayai dengan utang ”

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah menurut Irham Fahmi (2013:132) yaitu:

$$Debt \text{ to } Equity \text{ Ratio} = \frac{Total \ Liabilities}{Total \ Equity}$$

Menurut Kasmir (2014:157), menyatakan bahwa:

“*Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui

jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang.”

Alasan penulis menggunakan penulis menggunakan rumus *Debt to equity ratio* untuk menghitung *leverage*. *Debt to equity ratio* (DER) digunakan mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan ekuitas yang dimiliki. Semakin tinggi DER menunjukkan komposisi total hutang (jangka pendek dan jangka panjang) semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditor). Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang.

c. Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2016:107) pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan”.

Adapun indicator yang digunakan untuk mengukur variabel ini menurut Kasmir (2016:107) pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}}$$

Keterangan:

- *Net Salest*: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t
- *Net Salest-1*: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1

Alasan penulis menggunakan penulis menggunakan rumus net sales growth menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Pertumbuhan penjualan menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan dan semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka semakin baik kegiatan operasional perusahaan.

3.2.1.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39), Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah:

“Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini Variabel terikat (*dependent variabel*) yang akan diteliti yaitu *Tax Avoidance*

Menurut Pohan (2013:23) pengertian penghindaran pajak atau *tax avoidance* adalah:

“Upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan- kelemahan (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang.”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah :

$$CETR = \frac{Cash\ Tax\ Paid}{Income\ Before\ Tax}$$

Menurut Dyreng, et. al (2010) baik digunakan untuk:

“Menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan karena *Cash ETR* tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. Selain itu pengukuran menggunakan *Cash ETR* dapat menjawab atas permasalahan dan keterbatasan atas pengukuran *tax avoidance* berdasarkan model GAAP ETR. Semakin kecil nilai *Cash ETR*, artinya semakin besar penghindaran pajaknya, begitupun sebaliknya”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus CETR bertujuan untuk mengindikasikan tingkat penghindaran pajak pada perusahaan, Alasan penelitian ini menggunakan rumus CETR ini menggambarkan penghindaran pajak perusahaan dengan pertimbangan bahwa semakin besar *Cash ETR* ini mengindikasikan semakin rendah tingkat penghindaran pajak perusahaan. Selain itu, CETR juga menggambarkan semua aktivitas *tax avoidance* yang mengurangi pembayaran pajak kepada otoritas perpajakan. Pengukuran *tax avoidance* menggunakan *Cash ETR*.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi

variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian:

1. Ukuran Perusahaan (X_1) sebagai variabel independen.
2. *Leverage* (X_2) sebagai variabel independen.
3. Pertumbuhan Penjualan (X_3) sebagai variabel independen.
4. *Tax Avoidance* (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variable Independen

Ukuran perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan penjualan

Variable	Definisi	Indikator	Skala
Ukuran Perusahaan (X_1)	Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total aset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu Harahap(2011:23)	$Size = Ln \frac{Total}{Asset}$ Harahap(2011:23)	Rasio
<i>Leverage</i> (X_2)	Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan yang dibiayai dengan utang Irham Fahmi (2013:132)	$DER = \frac{Total Liabilities}{Total Equity}$ Irham Fahmi (2013:132)	Rasio

<p>Pertumbuhan Penjualan (X3)</p>	<p>Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan</p> <p>Kasmir (2016:107)</p>	$NSGR = \frac{net\ sales_t - net\ sales_{t-1}}{net\ sales_{t-1}}$ <p>Keterangan: <i>Net Sales_t</i>: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t <i>Net Sales_{t-1}</i>: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1</p> <p>Kasmir (2016:107)</p>	<p>Rasio</p>
-----------------------------------	---	---	--------------

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variable Dependen

Tax Avoidance

Variable	Definisi	Indikator	Skala
<p><i>Tax Avoidance</i> (Y1)</p>	<p>Penghindaran pajak merupakan usaha yang dilakukan wajib pajak untuk mengurangi beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang atau aturan lain yang berlaku. <i>Tax avoidance</i> dapat diukur menggunakan <i>CETR</i> yaitu dengan membagi kas yang dikeluarkan untuk biaya pajak dibagi dengan laba sebelum pajak.</p> <p>Dyreng, et. al (2010)</p>	$CETR = \frac{Cash\ Tax\ Paid}{Income\ Before\ Tax}$ <p><i>Tax Avoidance</i> dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala nominal, yaitu 1 melakukan penghindaran pajak dan 0 tidak melakukan penghindaran pajak.</p> <p>$CETR < 25\% = 1$ $CETR > 25\% = 0$</p> <p>Dyreng, et. al (2010)</p>	<p>Nominal</p>

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut sedangkan yang dimaksud dengan populasi sasaran adalah populasi yang digunakan untuk penelitian.

Berdasarkan pengertian di atas, maka yang menjadi sasaran populasi dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Jumlah populasi adalah sebanyak 13 perusahaan dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Tabel 3.3
Populasi Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ASII	Astra International Tbk
2	AUTO	Astra Otoparts Tbk
3	BOLT	Garuda Metalindo Tbk
4	BRAM	Indo Kordsa Tbk
5	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk
6	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
7	IMAS	Indomobil Sukses International Tbk
8	INDS	Indospring Tbk
9	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk
10	MASA	Multistrada Arah Sarana Tbk
11	NIPS	Nipreess Tbk
12	PRAS	Prima Alloy Stell Universal Tbk
13	SMSM	Selamat Sempurna Tbk

Sumber: www.sahamok.com

3.3.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik sampling adalah sebagai berikut:

"Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan."

Menurut Sugiyono (2017: 82) *Probability Sampling* dapat didefinisikan sebagai berikut:

"*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel."

Non-Probability Sampling menurut Sugiyono (2017:84) adalah sebagai berikut:

"*Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel."

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan

penelitian *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2017:85), *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

"*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu".

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

1. Perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen yang tidak menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut di BEI periode 2014-2018.
2. Perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen yang tidak dengan memakai satuan mata uang rupiah.

Tabel 3.4
Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di BEI 2014-2018	13
Kriteria :	
1. Perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen yang tidak menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut di BEI periode 2014-2018.	(3)
2. Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen yang tidak memakai satuan uang rupiah	(2)
Perusahaan yang terpilih sampel	8

3.3.3 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, sampel yang terpilih adalah perusahaan Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 secara berturut-turut memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian.

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagai berikut :

"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".

Daftar yang menjadi sampel dalam perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3.5
Sampel penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ASII	Astra International Tbk
2.	AUTO	Astra Otoparts Tbk
3.	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
4.	IMAS	Indomobil Sukses International Tbk
5.	INDS	Indospring Tbk
6.	LPIN	Multi Prima Sejahtera Tbk
7.	PRAS	Prima Alloy Stell Universal Tbk
8.	SMSM	Selamat Sempurna Tbk

Sumber: www.sahamok.com

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sebagai berikut:

"Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini".

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id dan www.sahamok.com, data yang dimaksud meliputi laporan keuangan laba rugi dan neraca. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series*. Data bersifat *time series* karena data

dalam penelitian ini adalah data dalam interval waktu tertentu, dalam penelitian ini yaitu tahun 2014-2018.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh ukuran perusahaan, *Leverage* ,dan Pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance*.

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis data adalah:

"Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah; mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan".

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif dan verifikatif.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah:

"Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain."

Analisis deskriptif ini dilakukan pembahasan mengenai bagaimana pengaruh pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* , dan pertumbuhan penjualan terhadap *Tax avoidance*. Berikut analisis deskriptif untuk ukuran perusahaan, ,

leverage , pertumbuhan penjualan, dan *Tax avoidance*.

Analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai maksimum, nilai minimum dan mean (nilai rata-rata). Sedangkan untuk menentukan kategori penilaian setiap nilai rata-rata (mean) perubahan pada variable penelitian, maka dibuat tabel distribusi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria.
2. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum = (nilai maksimum-nilai minimum).
3. Menentukan range (jarak interval kelas) $\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5}$
4. Menentukan nilai rata-rata perubahan pada setiap variable penelitian.
5. Membuat daftar tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian Ukuran perusahaan

Batas Bawah (nilai Minimum)	(Range)	Batas Atas 1	Sangat rendah
(Batas Atas 1) + 0,001	(Range)	Batas Atas 2	Rendah
(Batas Atas 2) + 0,001	(Range)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 3) + 0,001	(Range)	Batas Atas 4	Tinggi
(Batas Atas 4) + 0,001	(Range)	Batas Atas 5	Sangat tinggi

Keterangan :

- a. Batasan atas 1 = batasan bawah (nilai min) + (range)
- b. Batasan atas 2 = (batasan atas 1+0,01) + (range)
- c. Batasan atas 3 = (batasan atas 2+0,01) + (range)
- d. Batasan atas 4 = (batasan atas 3+0,01) + (range)
- e. Batasan atas 5 = batasan atas 4+0,01) + (range) = Nilai Maksimum.

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan *tax avoidance* adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan

- a. Menentukan Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen pada periode 2014 – 2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Menghitung logaritma dari total aktiva pada perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c. Menentukan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.
- d. Menentukan range (jarak interval)

$\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5}$

- e. Membuat kriteria kesimpulan

Tabel 3.7
Kriteria Penilaian Ukuran perusahaan

Batas Bawah (nilai Minimum)	(Range)	Batas Atas 1	Sangat rendah
(Batas Atas 1) + 0,001	(Range)	Batas Atas 2	Rendah
(Batas Atas 2) + 0,001	(Range)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 3) + 0,001	(Range)	Batas Atas 4	Tinggi
(Batas Atas 4) + 0,001	(Range)	Batas Atas 5	Sangat tinggi

Keterangan :

- f. Batasan atas 1 = batasan bawah (nilai min) + (range)
- g. Batasan atas 2 = (batasan atas 1+0,01) + (range)
- h. Batasan atas 3 = (batasan atas 2+0,01) + (range)
- i. Batasan atas 4 = (batasan atas 3+0,01) + (range)
- j. Batasan atas 5 = batasan atas 4+0,01) + (range) = Nilai Maksimum.

2. *Leverage*

- a. Menentukan total *liability* pada perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen tahun 2014-2018, data ini diperoleh dari laporan posisi keuangan/neraca.
- b. Menentukan *total equity*, data ini diperoleh dari laporan posisi keuangan/neraca
- c. Menentukan *leverage* dengan rumus *debt to equity ratio* yaitu dengan cara membagi *total liability* dengan *total equity*.
- d. Menetapkan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5

kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.

e. Menentukan range (jarak interval)
$$\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5}$$

f. Membuat kriteria kesimpulan

Tabel 3.8

Kriteria Penilaian *Leverage*

Batas Bawah (nilai Minimum)	(Range)	Batas Atas 1	Sangat rendah
(Batas Atas 1) + 0,001	(Range)	Batas Atas 2	Rendah
(Batas Atas 2) + 0,001	(Range)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 3) + 0,001	(Range)	Batas Atas 4	Tinggi
(Batas Atas 4) + 0,001	(Range)	Batas Atas 5	Sangat tinggi

Keterangan :

- a. Batasan atas 1 = batasan bawah (nilai min) + (range)
- b. Batasan atas 2 = (batasan atas 1+0,01) + (range)
- c. Batasan atas 3 = (batasan atas 2+0,01) + (range)
- d. Batasan atas 4 = (batasan atas 3+0,01) + (range)

Batasan atas 5 = batasan atas 4+0,01) + (range) = Nilai Maksimum

3. Pertumbuhan Penjualan

- a. Menentukan total penjualan bersih selama periode tahun berjalan pada perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen tahun 2014- 2018, data ini diperoleh dari laporan keuangan laba

rugi.

- b. Menentukan total penjualan bersih periode tahun yang lalu, data ini diperoleh dari laporan keuangan laba rugi.
- c. Menentukan pertumbuhan penjualan dengan rumus *net sales growth ratio* yaitu dengan cara mengurangi total penjualan bersih selama periode berjalan dengan total penjualan bersih periode tahun yang lalu kemudian dibagi dengan total penjualan bersih periode tahun yang lalu.
- d. Menetapkan kriteria kesimpulan dengan cara membuat 5 kelompok kriteria: sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.
- e. Menentukan range (jarak interval)
$$\frac{\text{nilai max} - \text{nilai min}}{5}$$
- f. Membuat kriteria kesimpulan

Tabel 3.9

Kriteria Penilaian pertumbuhan penjualan

Batas Bawah (nilai Minimum)	(Range)	Batas Atas 1	Sangat rendah
(Batas Atas 1) + 0,001	(Range)	Batas Atas 2	Rendah
(Batas Atas 2) + 0,001	(Range)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 3) + 0,001	(Range)	Batas Atas 4	Tinggi
(Batas Atas 4) + 0,001	(Range)	Batas Atas 5	Sangat tinggi

Keterangan :

- a. Batasan atas 1 = batasan bawah (nilai min) + (range)
- b. Batasan atas = (batasan atas 1+0,01) + (range)
- c. Batasan atas 3 = (batasan atas 2+0,01) + (range)
- d. Batasan atas 4 = (batasan atas 3+0,01) + (range)

Batasan atas 5 = batasan atas 4+0,01) + (range) = Nilai

Maksimum

4. Tax Avoidance

- a. Menentukan jumlah pembayaran pajak selama periode tahun berjalan pada perusahaan manufaktur subsektor otomotif dan komponen tahun 2014-2018, data ini diperoleh dari laporan keuangan laba rugi.
- b. Menentukan jumlah laba sebelum pajak, data ini diperoleh dari laporan keuangan laba rugi.
- c. Menentukan *tax avoidance* dengan rumus *cash effective tax rate* yaitu dengan cara membagi jumlah pembayaran pajak dengan jumlah laba sebelum pajak.
- d. Menentukan kriteria *tax avoidance*.

Menurut Budiman dan Setiyono (2012), “perusahaan dikategorikan melakukan penghindaran pajak apabila *CETR* perusahaan kurang dari 25%. Perusahaan yang melakukan

penghindaran pajak diberi skor 1 dan perusahaan yang tidak melakukan penghindaran pajak diberi skor 0.”

- e. Membuat data tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian

Tabel 3.10
Kriteria Penilaian Tax Avoidance

Nilai CETR	Kriteria	Dummy
CETR < 25%	Melakukan	0
CETR > 25%	Tidak Melakukan	1

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan analisis model untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap tax avoidance.

3.5.3 Analisis Regresi Logistik

Menurut (Ghozali, 2011:95) analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independen*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik untuk pengelolaan data. Menurut Ghozali (2011:334), *logistic regression* sebetulnya mirip dengan diskriminan yaitu kita ingin menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat

berupa non-metrik (nominal atau ordinal) dengan dua kategori dapat diprediksi dengan variabel bebas berupa satu atau lebih metrik (interval atau rasio) dan non metrik.

Dalam hal ini asumsi *multivariate normal distribution* tidak dapat dipenuhi karena adanya campuran skala pada variabel bebas. Oleh karena itu, analisis dengan *logistic regression* tidak perlu asumsi normalitas data pada variabel bebasnya. Penggunaan regresi logistik pada variabel dependen atau variabel terikatnya dihitung menggunakan variabel *dummy* yang merupakan salah satu syarat dalam menggunakan regresi logistik.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan uji normalitas data karena menurut Ghozali (2011:211) regresi logistik tidak memerlukan asumsi normalitas pada variabel bebasnya dan mengabaikan heteroskedastisitas (Gujarati, 2003:597). Kemudian (Agus , 2010:139) mengatakan regresi logistik memerlukan sebuah evaluasi untuk mengetahui seberapa baik hasil regresi logistik. Evaluasi hasil regresi logistik meliputi:

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:95), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama

variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara sebagai berikut:

1) Melihat nilai *Tolerance*:

- a. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%.
- b. Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 berarti terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

2) Melihat *Variance Inflation Factor* (VIF)

- a. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.
- b. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.

2. Menilai Kelayakan Model Regresi (*Goodness of fit*)

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Model ini untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Adapun hasilnya jika (Ghozali, 2013:341):

- a. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test statistics* sama dengan atau kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness of fit* model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya.
- b. Jika nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test statistics* lebih besar dari 0.05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

3. Analisis Regresi Logistik

Estimasi maksimum likelihood parameter dari model dapat dilihat pada tampilan output variable in the equation. Regresi logistik dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\ln(P/1-P) = a + \beta_1UK + \beta_2DER + \beta_3NSGR$$

Keterangan :

$\ln(P/1-P)$ = Probabilitas variabel *dummy tax avoidance*

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi logistik untuk masing-masing variabel

UK = Ukuran Perusahaan

DER = Leverage

NSGR = Pertumbuhan Penjualan

4. Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen di dalam regresi logistik secara simultan mempengaruhi variabel dependen sebagaimana uji F pada regresi linier. Uji *overall model fit* didasarkan pada nilai statistika -2LL atau nilai LR. Uji simultan koefisien regresi model logistik dihitung dari perbedaan nilai -2LL antara model dengan hanya terdiri dari konstanta dan model yang diestimasi terdiri dari konstanta dan variabel independen (Widarjo, 2010:141).

Perhatikan angka *-2 Log Likelihood (LL)* pada awal (*block Number = 0*) dan angka *-2 Log Likelihood* pada *block Number = 1*. Jika terjadi penurunan angka *-2 Log Likelihood (block Number = 0 – block Number = 1)* menunjukkan model regresi yang baik. *Log Likelihood* pada *logistic regression* mirip dengan pengertian *sum of squared error* pada model regresi sehingga penurunan *Log Likelihood* menunjukkan model regresi yang baik. Selanjutnya untuk pengujian simultan dapat dilihat pada output SPSS yaitu *Omnibus Test of Model Coefficients*. Pengujian ini menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan metode tingkat signifikan (α) 5%.

5. Koefisien Determinasi

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dan variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran

untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah *nagelkerke's R Square* karena menurut Ghozali (2011:97), nilai *nagelkerke's R2* dapat diinterpretasikan seperti nilai R2 pada *multiple regression*. Nilai *nagelkerke's R Square* merupakan modifikasi *cox and snell R Square*, untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari nol hingga satu". Hal ini dapat dilakukan dengan cara membagi *cox and snell R Square* dengan nilai maksimalnya. Menurut Sugiyono (2014:257) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi
 r = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati 0, maka pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu *Tax Avoidance* lemah.
- b. Jika Kd mendekati 1, maka pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu *Tax Avoidance* kuat.

3.5.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:63) hipotesis adalah:

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis inidimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a),pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik, dan penetapan tingkat signifikan.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh positif atau pengaruh negatif antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu *Tax Avoidance*. Dalam perumusan hipotesis statistik, antara hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) selalu berpasangan, bila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga dapat dibuat keputusan yang tegas, yaitu H_0 ditolak pasti H_a diterima.

3.5.4.1 Uji Parsial

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, maka digunakan statistik uji t. pengelolaan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi *software IBM SPSS Statisticsts* agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat.

Adapun masing-masing hipotesis tersebut adalah:

$H_0-1 \geq 0$:Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*.

$H_a-1 < 0$: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*.

$H_0-2 \geq 0$:Leverage tidak berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*.

$H_a-2 < 0$:Leverage berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*.

$H_0-3 \geq 0$:Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*.

$H_a-3 < 0$: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif terhadap prediksi *Tax Avoidance*..

Tingkat signifikansi = α = 0.05

Daerah Kritis: Tolak H_0 apabila nilai P-Value(Sig.) $\leq \alpha$