

PENGARUH KONSENTRASI PELANGGAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK DENGAN BIAYA PERALIHAN DAN KEBERAGAMAN PENDAPATAN SEBAGAI MODERASI

Dela Nur Amalia¹

Direktorat Jenderal Pajak

Rahadi Nugroho²,

Politeknik Keuangan Negara STAN

Alamat Korespondensi: rahadi.nugroho@pknstan.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Pertama
[30102021]

Dinyatakan Diterima
[15122021]

KATA KUNCI:
konsentrasi pelanggan, diversifikasi pelanggan,
biaya penggantian, penghindaran pajak

KLASIFIKASI JEL:
H20

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of customer concentration on tax avoidance with switching costs and income diversification as moderating variables. The analysis was carried out on 455 observations resulting from purposive sampling of all companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2012-2018. This study uses panel data analysis with a random effect model approach on all research models. The results show that customer concentration has a positive effect on tax avoidance with switching costs and diversification of company revenue not weakening the positive effect of customer concentration on tax avoidance. Tax authorities may consider including customer concentration as a criterion in mapping the risk of non-compliance in carrying out auditing functions.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak dengan biaya peralihan dan diversifikasi pendapatan sebagai variabel moderasi. Analisis dilakukan terhadap 455 observasi yang dihasilkan dari *purposive sampling* terhadap seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2018. Penelitian ini menggunakan analisis data panel dengan pendekatan *random effect model* pada seluruh model penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dengan biaya peralihan dan diversifikasi pendapatan perusahaan tidak memperlemah pengaruh positif konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak. Otoritas pajak dapat mempertimbangkan untuk memasukkan konsentrasi pelanggan sebagai suatu kriteria dalam pemetaan risiko ketidakpatuhan atau profil risiko dalam menjalankan fungsi pengawasan dan pemeriksaan.

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan tulang punggung bagi perekonomian dan pembangunan di Indonesia. Sebagai sumber penerimaan negara, penerimaan pajak menyumbang lebih dari 80% total penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Dalam APBN tahun anggaran 2019, penerimaan pajak memberikan sumbangsih sebesar 82,50% dari total penerimaan negara. Namun, sejak tahun 2012 penerimaan pajak belum pernah mencapai target. Realisasi penerimaan pajak 2012-2018 berkisar antara 80% s.d. 96% (DJP, 2019).

Upaya peningkatan penerimaan perpajakan oleh Pemerintah terhambat oleh upaya-upaya wajib pajak yang berusaha meminimalkan pembayaran pajaknya. Hanum (2005) menyebutkan bahwa pada dasarnya tidak ada yang rela membayar pajak karena wajib pajak tidak secara langsung menerima manfaat balik dari pembayaran pajaknya. Bagi wajib pajak, pembayaran pajak akan mengurangi kemampuan ekonomis dan laba mereka. Oleh karena itu, wajib pajak berusaha menghindari pembayaran pajak dengan melakukan cara yang legal ataupun tidak.

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan tindakan legal wajib pajak untuk meminimalkan beban pajaknya. Shafer dan Simmons (2006, dikutip dalam Arham *et al.*, 2020) mendefinisikan penghindaran pajak sebagai suatu skema transaksi untuk mengurangi beban pajak dengan pemanfaatan celah peraturan perpajakan suatu negara. Hal itu dianggap legal karena tidak ada ketentuan yang dilanggar. Aktivitas penghindaran pajak baik oleh individu maupun korporasi telah menjadi perhatian bagi seluruh negara termasuk Indonesia karena berdampak kepada penerimaan pendapatan negara.

Salah satu contoh praktik penghindaran pajak yang terjadi di Indonesia diantaranya adalah penghindaran pajak yang dilakukan PT X dengan mengalihkan keuntungan ke jaringan perusahaan di luar negeri (Global Witness, 2019). Skema pengalihan keuntungan yang digambarkan yaitu (1) perusahaan menjual dan

memasarkan batu bara yang ditambang di Indonesia dan membukukan keuntungan di Singapura yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah dari Indonesia, (2) sembilan puluh persen keuntungan penjualan tersebut dialihkan ke Mauritius, negara suaka pajak, dan (3) sebagian keuntungan lainnya dialihkan ke jaringan perusahaan di Labuan (suaka pajak di Malaysia). Hasil investigasi memperkirakan perusahaan ini telah memperkecil pembayaran pajak yang seharusnya sebesar US\$125 juta antara tahun 2009 dan 2017 di Indonesia. Sebagai tambahan informasi tentang praktik penghindaran pajak di Indonesia sebagaimana dikutip dari Kontan.co.id bahwa hasil laporan dari Tax Justice Network menunjukkan negara mengalami kerugian sekitar US\$4,86 miliar per tahun akibat tindakan penghindaran Pajak. Sekitar 98,3% estimasi total kerugian tersebut atau sebesar US\$4,78 miliar merupakan penghindaran pajak korporasi. Sisanya sebesar 1,6% dari total kerugian merupakan kerugian pajak dari penghindaran pajak Wajib Pajak orang pribadi.

Dikarenakan dampaknya yang signifikan terhadap penerimaan pajak, para akademisi telah banyak melakukan penelitian untuk mengkaji determinan penghindaran pajak, seperti karakteristik keuangan (Gupta & Newberry, 1997; Graham & Tucker, 2006), tata kelola perusahaan dan kompensasi eksekutif (Desai & Dharmapala, 2004; Armstrong *et al.*, 2015), struktur kepemilikan (Chen *et al.*, 2010; Richardson *et al.*, 2016), pemangku kepentingan eksternal seperti serikat pekerja (Chyz *et al.*, 2013), otoritas pajak (Hoopes *et al.*, 2012) serta auditor eksternal (McGuire *et al.*, 2012), dan strategi bisnis perusahaan (Higgins *et al.*, 2014; Huang *et al.*, 2016; Zheng, 2017).

Pada umumnya, perusahaan mempunyai berbagai strategi untuk bersaing dan mencapai tujuan jangka panjangnya. Keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang signifikan dibutuhkan dalam strategi tersebut (David & David, 2016). Salah satu strateginya ialah konsentrasi pelanggan (*customer concentration*) atau penjualan produk dan/atau

penyediaan jasa kepada seorang atau beberapa pelanggan utama. Pendapatan dari pelanggan ini adalah sebesar 10% atau lebih dari total pendapatan bersih perusahaan (IAI, 2015).

Konsentrasi pelanggan merupakan salah satu unsur penting dalam aspek model bisnis perusahaan di suatu hubungan antara pemasok dan pelanggan. Potensi keuntungan yang dihasilkan dari hubungan yang melekat antara perusahaan pemasok dan pelanggan utama ialah aliran pendapatan yang berkelanjutan, pendapatan yang signifikan dan manfaat operasional (Dhaliwal *et al.*, 2020). Dhaliwal *et al.* (2020) menyatakan bahwa hal ini disebabkan adanya potensi hubungan kemitraan yang lama yang dihasilkan dari interaksi yang melekat antara perusahaan pemasok dan pelanggan utama. Interaksi tersebut dapat meningkatkan komunikasi, kepercayaan, dan koordinasi, mengarahkan pemenuhan kebutuhan serta harapan pelanggan sehingga dapat mengurangi biaya penjualan dan periklanan, menurunkan biaya persediaan dan pengendalian melalui manajemen produksi dan manajemen persediaan yang lebih baik.

Strategi konsentrasi pelanggan memang mempunyai keunggulan dan manfaat bagi perusahaan. Akan tetapi, perusahaan terkonsentrasi pelanggan menghadapi risiko di masa depan yang dapat memengaruhi keuangan dan keberlangsungan usahanya. Risiko pertama yaitu kehilangan pelanggan utama atau kontributor besar pendapatan perusahaan yang akan berdampak buruk pada laba dan arus kas (Huang *et al.*, 2016; Marin, n.d.). Kedua, pelanggan utama dapat memiliki kemampuan penawaran (*bargaining power*) tinggi untuk negosiasi kontrak dan nilai transaksi yang bisa memberikan tekanan kepada pemasok (Marin, n.d.; Dhaliwal *et al.*, 2020). Ketiga, tingkat konsentrasi pelanggan tinggi dipandang negatif oleh calon *investor* dan pemberi pinjaman sehingga ini akan berpengaruh buruk pada reputasi dan nilai perusahaan (Marin, n.d.). Hal ini juga akan menyulitkan bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan eksternal.

Menurut Higgins *et al.* (2014), strategi pajak searah dengan strategi bisnis yang diterapkan oleh manajemen. Higgins *et al.* (2014) menunjukkan bahwa perencanaan pajak akan lebih agresif oleh perusahaan yang memiliki strategi dengan risiko dan ketidakpastian besar. Sejalan dengan penelitian Higgins *et al.* (2014), perusahaan terkonsentrasi pelanggan memiliki intensi lebih tinggi untuk melakukan penghindaran pajak guna meningkatkan penghematan kas (Huang *et al.*, 2016). Dengan penghindaran pajak, perusahaan dapat mengurangi atau menghemat kas keluar (Huang *et al.*, 2016).

Indikasi praktik penghindaran pajak perusahaan dapat tercermin dari nilai *effective tax rate* (ETR) (Dyrend *et al.*, 2017). ETR yang semakin rendah mengindikasikan tingkat penghindaran pajak perusahaan yang semakin tinggi, serta sebaliknya. Fenomena indikasi awal praktik penghindaran pajak oleh perusahaan terkonsentrasi pelanggan di Indonesia dapat dilihat pada beberapa sektor di Bursa Efek Indonesia sebagaimana terlihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 ETR dan Konsentrasi Pelanggan Beberapa Perusahaan Publik di Indonesia

No.	Sektor	Contoh	Effective Tax Rate (dalam Persen)								Customer Concentration (dalam Persen)							
			2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
1	Agriculture	AALI	29	27	29	41	4	28	31	42	31	31	44	31	28	26		
2		LSIP	19	23	23	25	24	24	21	51	58	64	66	63	64	62		
3	Basic industry and chemicals	IPOL	18	17	50	61	37	29	34	13	15	16	16	17	18	21		
4		TALF	25	27	25	23	27	33	28	33	37	44	35	17	21	27		
5	Infrastructure, utilities, and transportation	ASSA	31	14	24	40	30	25	22	14	12	11	23	31	17	16		
6		NELY	7	11	9	2	5	4	4	56	33	62	62	65	66	74		
7	Mining	BSSR	24	30	51	28	23	26	26	93	54	80	76	42	23	47		
8		KKGI	34	31	37	38	36	32	58	92	88	78	81	87	92	92		
9	Property, real estate, and building construction	BEST	9	8	10	1	1	1	1	36	30	49	51	38	71	59		
10	GWSA	8	6	9	-	2	1	1	15	15	71	52	63	34	28			
11	Trade, services, and investment	MNCN	22	24	26	24	31	35	24	25	26	23	26	25	27	15		
12	SCMA	24	25	24	25	25	26	25	32	34	25	30	32	30	23			
13	PBRX	17	18	22	25	27	29	21	32	36	39	39	28	32	31			
14	Miscellaneous industry	TRIS	26	25	25	25	47	35	19	28	25	12	23	27	34	26		

Sumber: Diolah dari Laporan Keuangan Perusahaan

ETR pada Tabel I.1 merupakan rasio total beban pajak terhadap laba sebelum pajak. Tingkat konsentrasi pelanggan pada Tabel I.1 ialah rasio total penjualan kepada pelanggan utama terhadap total penjualan perusahaan selama setahun. Berdasarkan Tabel I.1, pada sektor yang sama perusahaan yang memiliki tingkat konsentrasi pelanggan yang lebih tinggi memiliki ETR yang lebih rendah. Contohnya ialah AALI dan LSIP yang sama-sama berada pada sektor *agriculture*. LSIP memiliki tingkat konsentrasi

pelanggan yang lebih tinggi daripada AALI selama periode tahun 2012-2018, sedangkan ETR LSIP lebih rendah daripada AALI kecuali pada tahun 2016.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Putri (2018), konsentrasi pelanggan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak perusahaan publik nonkeuangan Indonesia yang terdaftar tahun 2014-2015. Namun demikian, penelitian Aryotama dan Firmansyah (2019) membuktikan bahwa diversifikasi perusahaan dan konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak perusahaan nonkeuangan Indonesia tahun 2015-2017. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak di Indonesia menarik perhatian penulis.

Perusahaan terkonsentrasi pelanggan memiliki risiko arus kas dan kesulitan keuangan di masa depan ketika mereka memiliki tingkat biaya peralihan (*switching cost*) rendah (Dhaliwal *et al.*, 2015). Ketika memiliki biaya peralihan rendah, perusahaan terkonsentrasi pelanggan memiliki kemungkinan kehilangan pelanggan lebih besar. Hal ini menimbulkan potensi mengalami risiko arus kas dan kesulitan keuangan lebih besar di masa depan (Dhaliwal *et al.*, 2015). Biaya peralihan merupakan biaya yang ditanggung oleh pelanggan dalam proses penggantian pemasok (Burnham *et al.*, 2003). Begitu pula dengan perusahaan yang memiliki tingkat diversifikasi pendapatan (*revenue diversification*) rendah, akan menghadapi masalah arus kas dan keuangan saat pelanggan utamanya pergi ke perusahaan lain atau pelanggan memiliki masalah pembayaran kepada perusahaan pemasok (Huang *et al.*, 2016). Perusahaan yang memiliki diversifikasi pendapatan merupakan perusahaan yang memiliki lebih dari satu sumber pendapatan. Gatzert *et al.* (2014) menangkap bahwa dua motivasi terbesar perusahaan mendiversifikasi usahanya ialah untuk mengurangi risiko kesulitan keuangan dan volatilitas pendapatan/ arus kas perusahaan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan konsentrasi pelanggan memiliki kecenderungan untuk melakukan penghindaran pajak lebih besar walaupun beberapa penelitian lain menunjukkan hal yang berbeda. Penghindaran pajak juga merupakan upaya untuk menjaga arus kas perusahaan. Perusahaan dengan konsentrasi pelanggan tinggi memiliki risiko kehilangan pelanggan lebih besar ketika memiliki biaya peralihan rendah sehingga berpotensi untuk melakukan penghindaran pajak untuk menjaga arus kas mereka. Demikian pula ketika perusahaan terkonsentrasi pelanggan memiliki diversifikasi pendapatan yang rendah, ketika pelanggan utamanya pergi maka akan memiliki risiko kesulitan kas. Hal-hal tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian untuk menguji pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak dengan biaya peralihan dan diversifikasi pendapatan sebagai variabel moderasi.

2. KERANGKA TEORI

Teori keagenan merupakan suatu prinsip yang menjelaskan permasalahan pada hubungan antara *principal* dan *agent*. Dalam struktur perusahaan, *principal* merupakan pemilik perusahaan atau pemegang saham dan *agent* merupakan manajer. Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan agensi sebagai sebuah kontrak di mana satu orang atau lebih (prinsipal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa tindakan atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian beberapa wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Para pemilik atau pemegang saham yang mendelegasikan wewenang pembuatan keputusan kepada manajer berharap manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan mereka. Setiap keputusan dan kebijakan yang dibuat oleh manajer diharapkan dapat memaksimalkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham. Keputusan ini termasuk strategi bisnis dan strategi pajak yang melekat di dalamnya (Higgins *et al.*, 2014).

Secara umum, agen tidak membuat keputusan dan bertindak secara optimal dari sudut pandang *principal*. Tiap individu diasumsikan akan bertindak secara rasional untuk memenuhi kepentingannya sendiri sehingga terdapat perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* yang disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*) (Jensen & Meckling, 1976). *Principal* yang bebas risiko mengharapkan *agent* bertindak atas nama *principal* untuk memaksimalkan laba, termasuk tindakan mencari peluang untuk mengurangi kewajiban perpajakan perusahaan selama manfaat tambahan yang diharapkan lebih besar dibandingkan dengan biaya tambahan yang ditimbulkan (Hanlon & Heitzman, 2010). Manajer akan terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak demi kepentingan pemegang saham selama insentif yang diterima selaras (Desai & Dharmapala, 2009). Manajer dapat pula melakukan penghindaran pajak untuk kepentingannya sendiri. Menurut Desai dan Dharmapala (2009), penghindaran pajak digunakan oleh manajer sebagai pelindung atau sebagai aktivitas pengalihan (*diversionary activities*). Aktivitas pengalihan oleh manajer dipandang secara luas sebagai segala tindakan yang menguntungkan manajer yang tidak untuk kepentingan pemegang saham (Desai & Dharmapala, 2009).

Perusahaan dengan pelanggan terkonsentrasi dinilai cenderung *risk taker*. Perusahaan yang *risk taker* memiliki tingkat toleransi terhadap risiko tinggi termasuk risiko yang terkait aktivitas perencanaan pajak (Higgins *et al.*, 2014; Huang *et al.*, 2016). Perencanaan pajak yang dilakukan manajer mencakup penghindaran pajak yang menguntungkan manajer tetapi tidak menguntungkan pemegang saham. Perusahaan dengan model bisnis yang memiliki basis pelanggan terkonsentrasi akan menghadapi risiko tinggi di masa depan yang dapat memengaruhi keuangan dan keberlangsungan usahanya (Dhaliwal *et al.*, 2015; Dhaliwal *et al.*, 2020). Salah satu risiko bawaan yang tidak dapat dihindari tersebut ialah kehilangan pelanggan utama. Kehilangan sebagian

besar pendapatan pada suatu waktu akan berdampak buruk pada arus kas perusahaan dan berpotensi menimbulkan masalah keuangan.

Dengan melakukan perencanaan pajak, perusahaan terkonsentrasi pelanggan dapat mengupayakan penghematan kas untuk mengelola risiko arus kas (*cash flow risk*) apabila terjadi kehilangan pelanggan utama (Huang *et al.*, 2016). Lian (2017) membuktikan bahwa pelanggan yang mengalami kesulitan keuangan di tahun t berhubungan positif signifikan terhadap kemungkinan perusahaan pemasok mengalami kesulitan keuangan di tahun $t+1$ bagi perusahaan pemasok yang memiliki hubungan pelanggan-pemasok yang kuat.

Akibat hubungan pelanggan-pemasok tersebut, perusahaan pemasok akan memanfaatkan penghindaran pajak untuk mengurangi potensi terjadinya kesulitan keuangan. Bagi perusahaan, penghindaran pajak dapat memberikan manfaat ekonomi yang nyata seperti peningkatan arus kas dan kekayaan investor (Desai & Dharmapala, 2009; Hanlon & Heitzman, 2010). Selain itu, intensi perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak lebih besar ketika berada dalam kesulitan keuangan sebab manfaat penghindaran pajak akan lebih besar dari biayanya (Richardson *et al.* 2015). Konsisten dengan Richardson *et al.* (2015), Sadjiarto *et al.* (2020) membuktikan bahwa kesulitan keuangan berdampak positif pada penghindaran pajak di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan terkonsentrasi pelanggan mungkin terlibat lebih dalam aktivitas penghindaran pajak. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis membangun hipotesis pertama yaitu sebagai berikut:

H1: konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak

Dengan tingkat biaya peralihan yang rendah (*switching cost*), pelanggan dapat dengan mudah untuk memilih dan mengganti perusahaan pemasoknya (Burnham *et al.*, 2003; Bhattacharya, 2013). Bagi perusahaan pemasok, kondisi itu akan menjadi ancaman di masa depan yang dapat menimbulkan

masalah pada aliran kas dan keuangan perusahaan. Hal ini akan menambah level risiko bagi perusahaan terkonsentrasi pelanggan (Dhaliwal *et al.*, 2015). Perusahaan semakin besar menghadapi kemungkinan terjadinya risiko keuangan dan kesulitan keuangan akibat ketidakpastian keberadaan pelanggan utamanya saat ini. Hasil penelitian Huang *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa penghindaran pajak perusahaan pemasok di Amerika menurun (meningkat) saat biaya peralihannya lebih tinggi (rendah). Oleh sebab itu, perusahaan terkonsentrasi pelanggan dengan tingkat biaya peralihan rendah diduga memiliki motif lebih besar untuk terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak, dan sebaliknya.

Diversifikasi dapat mengurangi risiko keuangan seperti masalah likuiditas dan potensi kebangkrutan (Singhal & Zhu, 2013). Konsisten dengan Singhal dan Zhu (2013), hasil survei penelitian Gatzer *et al.* (2014) dengan sampel manajer keuangan perusahaan-perusahaan di Eropa Barat menyatakan bahwa 78% responden setuju bahwa motivasi diversifikasi adalah untuk mengurangi volatilitas pendapatan/ arus kas dan 66% setuju bahwa hal tersebut bertujuan mengurangi risiko kesulitan keuangan. Selain itu, motivasi perusahaan mendiversifikasi bisnisnya ialah untuk menciptakan sinergi operasional dalam hal biaya dan pendapatan. Pendapatan atau penjualan dari beberapa segmen bisnis perusahaan terdiversifikasi dapat menutupi kerugian di segmen lain (Hann *et al.*, 2013 dalam Dhaliwal *et al.*, 2015). Oleh karena itu, keberadaan diversifikasi pendapatan diduga dapat mengurangi risiko konsentrasi pelanggan pada perusahaan. Dengan begitu, perusahaan terkonsentrasi pelanggan yang mendiversifikasi pendapatannya diduga terlibat lebih rendah dalam aktivitas penghindaran pajak. Sebaliknya, perusahaan terkonsentrasi pelanggan dengan tingkat diversifikasi pendapatan rendah atau tidak mendiversifikasi pendapatan (segmen tunggal) diduga terlibat lebih dalam aktivitas penghindaran pajak.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti membangun hipotesis kedua dan ketiga sebagai berikut.

H2: Biaya peralihan memperlemah pengaruh positif konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak

H3: Diversifikasi pendapatan memperlemah pengaruh positif konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan model regresi data panel untuk menguji pengaruh model bisnis perusahaan yang memiliki basis terkonsentrasi pelanggan (*customer concentration*) terhadap aktivitas penghindaran pajak perusahaan (*tax avoidance*) dengan biaya peralihan dan diversifikasi pendapatan sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2012 s.d. 2018. Proses pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling* menghasilkan jumlah sampel sebanyak 65 perusahaan. Dengan kurun waktu penelitian dari tahun 2012 s.d. 2018 maka jumlah observasi pada penelitian ini adalah 455 observasi. Proses pemilihan sampel dan data jumlah perusahaan yang terkait ditampilkan pada Tabel III.1.

Pada penelitian ini, variabel bebas adalah konsentrasi pelanggan. Proksi yang digunakan adalah *sales based Major Customer HHI* (Herfindahl–Hirschman Index) (Dhaliwal *et al.*, 2015; Huang *et al.*, 2016; Dhaliwal *et al.*, 2020). Nilai *Major Customer HHI* yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa suatu perusahaan memiliki tingkat konsentrasi pelanggan lebih tinggi. Pengukuran konsentrasi pelanggan sebagai berikut:

$$CCHHI_{i,t} = \sum_{j=1}^J \left(\frac{Sales_{i,j,t}}{Sales_{i,t}} \right)^2$$

Keterangan:

Tabel III.1 Hasil Pemilihan Sampel dengan *Purposive Sampling*

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang tercatat di BEI per 28 Oktober 2020	709
2	Dikurangi dengan kriteria <i>purposive sampling</i> , sebagai berikut:	
a.	Perusahaan yang tercatat di BEI setelah tahun 2012	274
b.	Perusahaan yang termasuk ke dalam sektor keuangan	64
c.	Perusahaan yang laporan keuangan 2012-2018 tidak lengkap	5
d.	Perusahaan yang <i>pretax income</i> negatif tahun 2012-2018	177
e.	Perusahaan yang tidak memiliki <i>customer concentration</i> 2012-2018	123
f.	Perusahaan yang tidak memiliki kecukupan data	1
Jumlah Sampel		65
Jumlah Tahun		7
Total Observasi		455

Sumber: Diolah penulis

Pada penelitian ini, variabel bebas adalah konsentrasi pelanggan. Proksi yang digunakan adalah *sales based Major Customer HHI* (Herfindahl–Hirschman Index) (Dhaliwal *et al.*, 2015; Huang *et al.*, 2016; Dhaliwal *et al.*, 2020). Nilai *Major Customer HHI* yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa suatu perusahaan memiliki tingkat konsentrasi pelanggan lebih tinggi. Pengukuran konsentrasi pelanggan sebagai berikut:

$$CCHHI_{i,t} = \sum_{j=1}^J \left(\frac{Sales_{i,j,t}}{Sales_{i,t}} \right)^2$$

Keterangan:

$CCHHI_{i,t}$: konsentrasi pelanggan perusahaan i pada tahun t

$Sales_{i,j,t}$: total penjualan perusahaan i kepada pelanggan utama j pada tahun t

$Sales_{i,t}$: total penjualan perusahaan i dalam satu tahun t

Proksi yang digunakan untuk mengukur biaya peralihan pada penelitian ini yaitu pangsa pasar perusahaan pemasok (Dhaliwal *et al.*, 2015; Huang *et al.*, 2016). Semakin besar pangsa pasar maka semakin tinggi biaya peralihan (*switching cost*). Pengukuran biaya peralihan yaitu sebagai berikut.

$$SWITCH_{i,t} = \frac{Total\ Sale_{i,t}}{Total\ Sales\ Industry\ t}$$

Keterangan:

$SWITCH_{i,t}$: biaya peralihan perusahaan i pada tahun t

$Total\ Sales_{i,t}$: jumlah penjualan perusahaan i pada tahun t

$Total\ Sales\ Industry\ t$: jumlah penjualan dalam industri pada tahun t

Tingkat diversifikasi pendapatan perusahaan dapat dilihat dari jumlah segmen operasi yang dimiliki (Denis *et al.*, 1997; Singhal & Zhu, 2013; Huang *et al.*, 2016). Semakin banyak segmen bisnis yang dimiliki maka semakin terdiversifikasi pendapatan perusahaan. Pada penelitian ini, diversifikasi pendapatan diukur dengan jumlah segmen operasi yang dilaporkan perusahaan pada catatan atas laporan keuangan di setiap tahun.

Pada penelitian ini, variabel terikat adalah penghindaran pajak perusahaan (*tax avoidance*). Tingkat penghindaran pajak perusahaan pada penelitian ini menggunakan ukuran *cash effective tax rate* (*Cash ETR*). *Cash ETR* dapat merefleksikan strategi penghindaran pajak yang menanggukkan pembayaran pajak dan dapat menangkap jumlah pajak sebenarnya terhutang dan/atau dibayar oleh perusahaan (Dyreg *et al.*, 2008). Selain itu, *Cash ETR* tidak dipengaruhi oleh perubahan estimasi seperti penilaian penyisihan (*valuation allowance*) atau *tax cushion* (Dyreg *et al.*, 2008). Konsisten dengan penelitian Dyreg *et al.* (2008), Chen *et al.* (2010), Hanlon dan Heitzman (2010), dan Huang *et al.* (2016), formula *Cash ETR* yaitu sebagai berikut:

$$CETRI_{i,t} = \frac{cash\ taxes\ paid_{i,t}}{pre - tax\ income_{i,t}}$$

Keterangan:

$CETRI_{i,t}$: *cash effective tax rate* perusahaan i pada tahun t

$Cash\ taxes\ paid_{i,t}$: jumlah keseluruhan pajak yang dibayar secara kas oleh perusahaan i pada tahun t

*Pre-tax income*_{i,t} : pendapatan sebelum pajak perusahaan i pada tahun t

Data pembayaran pajak secara kas diperoleh dari laporan arus kas bagian arus kas dari aktivitas operasi (Dyreg *et al.*, 2008; Chen *et al.*, 2010). Dyreg *et al.* (2008) menyatakan bahwa nilai *effective tax rate* (ETR) dapat menjadi tidak berarti saat ETR bernilai negatif atau ETR bernilai lebih dari 100%. Untuk mengatasi hal tersebut mereka mengganti nilai ETR yang lebih dari 100% menjadi 1 dan nilai ETR negatif menjadi 0. Selaras dengan penelitian Dyreg *et al.* (2008), penelitian ini melakukan penggantian *Cash ETR* bernilai negatif menjadi 0 dan *Cash ETR* bernilai lebih dari 100% menjadi nilai tertinggi *Cash ETR* pada data penelitian yang nilainya tidak lebih dari 100%.

Ukuran perusahaan merupakan pengukuran terkait seberapa besar perusahaan dan seberapa besar kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Hubungan antara ukuran perusahaan dan pajak dapat dilandasi dari teori biaya politik (Watts & Zimmerman, 1986 dikutip dalam Gupta & Newberry, 1997) dan teori kekuatan politik (Siegfried, 1972 dikutip dalam Gupta & Newberry, 1997). Kedua teori ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *effective tax rate*, tetapi arah pengaruhnya berbeda. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diperoleh dari logaritma natural dari total aset perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menunjukkan kinerja perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, tingkat profitabilitas perusahaan memengaruhi tindakan penghindaran pajak perusahaan (Gupta & Newberry, 1997). Pada penelitian ini, pengukuran profitabilitas perusahaan diukur dengan *return on asset* (ROA) yang seperti dinyatakan Richardson *et al.* (2016). ROA merupakan rasio pendapatan sebelum pajak terhadap total aset perusahaan.

Leverage menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya serta juga menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai

oleh utang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak perusahaan (Stickney & McGee, 1982). Pada penelitian ini, ukuran *leverage* seperti dinyatakan dalam Richardson *et al.* (2016). *Leverage* dihitung dengan cara membagi total utang jangka panjang dengan total aset perusahaan.

Properti, pabrik, dan peralatan dapat mengakibatkan adanya *book tax difference* dari beban penyusutan yang dilaporkan. Perbedaan laporan pajak dan laporan komersial akan bergantung terhadap peraturan perpajakan yang berlaku terkait aset tetap di suatu negara (Putri, 2018). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat intensitas modal perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak perusahaan (Stickney & McGee, 1982). Pada penelitian ini, pengukuran intensitas modal seperti dinyatakan dalam Richardson *et al.* (2015). Intensitas modal ialah rasio total aset tetap terhadap total aset.

Model Penelitian

Uji pemilihan model terbaik dilakukan dengan uji Chow, uji Breusch and Pagan Lagrange Multiplier (BPLM), dan uji Hausman. Hasil pemilihan model menyimpulkan bahwa model yang terbaik dalam penelitian ini adalah *random effect* sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Model 1: $CETR_{i,t} = \alpha + \beta_1 CCHH_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 PPE_{i,t} + \beta_5 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$
- Model 2: $CETR_{i,t} = \alpha + \beta_1 CCHH_{i,t} + \beta_2 SWITCH_{i,t} + \beta_3 CCHH_i * SWITCH_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$
- Model 3: $CETR_{i,t} = \alpha + \beta_1 CCHH_{i,t} + \beta_2 REVDIV_{i,t} + \beta_3 CCHH_i * REVDIV_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 PPE_{i,t} + \beta_7 ROA_{i,t} + \epsilon_{i,t}$

Keterangan:

$CETR_{i,t}$: tingkat penghindaran pajak perusahaan i pada tahun t

$CCHH_{i,t}$: tingkat *customer concentration* perusahaan i pada tahun t

SWITCH_{i,t} : *switching cost* pelanggan terhadap perusahaan i pada tahun t

REVDIV_{i,t} : *revenue diversification* perusahaan i pada tahun t

SIZE_{i,t} : ukuran perusahaan i pada tahun t

LEV_{i,t} : *leverage* perusahaan i pada tahun t

PPE_{i,t} : intensitas modal perusahaan i pada tahun t

ROA_{i,t} : tingkat profitabilitas perusahaan i pada tahun t

α : konstanta

$\beta_1 - \beta_7$: koefisien regresi

$\epsilon_{i,t}$: *error term*

CCHHI*SWITCH_{i,t} : variabel moderasi *switching cost* dengan interaksi

CCHHI*REVDIV_{i,t} : variabel moderasi *revenue diversification* dengan interaksi

Setelah model *random effect* dipilih sebagai model terbaik yang digunakan pada tiap model penelitian ini, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas dilakukan. Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa residual regresi tiap model penelitian tidak berdistribusi normal sehingga dilakukan *winsorizing* pada tingkat 11%. Uji pemilihan model dilakukan kembali setelah *winsorizing* dengan hasil bahwa model *random effect* merupakan model terbaik untuk tiap model penelitian setelah *winsorizing*.

4. HASIL PENELITIAN

Deskripsi data setiap variabel penelitian ini ditunjukkan pada Tabel IV.1.

Tabel IV.1 Statistik Deskriptif Penelitian

Variabel	Obs	Mean	Median	Min	Max	Std. Dev
CETR	455	0,34288	0,2793	0,00000	0,98099	0,25772
CCHHI	455	0,21098	0,13123	0,01071	1,00000	0,20225
SWCOST	455	0,09962	0,03279	0,00054	0,94427	0,14609
REVDIV	455	2,70330	2,00000	1,00000	9,00000	1,00000
SIZE	455	27,22398	28,06489	18,20933	32,45446	3,28332
PPE	455	0,34052	0,31255	0,00608	0,88004	0,20925
LEV	455	0,16710	0,10915	0,00183	0,84626	0,16335
ROA	455	0,10332	0,07349	0,00002	0,88486	0,10475

Sumber: Diolah dari Laporan Keuangan Perusahaan

Berdasarkan Tabel IV.1, variabel CETR yang diukur dengan *cash effective tax rate* pada observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,34288, nilai tengah sebesar 0,2793, dan nilai standar deviasi sebesar 0,25772. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0 dan 0,98099. Variabel CCHHI yang diukur dengan *Herfindahl-Hirschman Index* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,21098, nilai tengah sebesar 0,13123, dan nilai standar deviasi sebesar 0,20225. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0,01071 dan 1,00000.

Variabel SWCOST yang diukur dengan *market share* perusahaan pada observasi tahun 2012 s.d. 2018

memiliki nilai rata-rata sebesar 0,09962, nilai tengah sebesar 0,03279, dan nilai standar deviasi sebesar 0,14609. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0,00054 dan 0,94427. Variabel REVDIV yang diukur dengan jumlah segmen bisnis perusahaan pada observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 2,70330, nilai tengah sebesar 2,00000, dan nilai standar deviasi sebesar 1,00000. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 1,00000 dan 9,00000.

Variabel SIZE yang diukur dengan *logaritma natural* dari total nilai aset perusahaan pada akhir tahun observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 27,22398, nilai tengah sebesar 28,06489, dan

nilai standar deviasi sebesar 3,28332. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 18,20933 dan 32,45446. Variabel PPE yang diukur dengan rasio aset tetap terhadap total aset perusahaan pada akhir tahun observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,34052, nilai tengah sebesar 0,31255, dan nilai standar deviasi sebesar 0,20925. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0,00608 dan 0,88004.

Variabel LEV yang diukur dengan rasio utang jangka panjang terhadap total aset pada akhir tahun observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,16710, nilai tengah sebesar 0,10915, dan nilai standar deviasi sebesar 0,16335. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0,00183 dan 0,84626. Variabel ROA yang diukur dengan rasio laba sebelum pajak terhadap total aset akhir tahun observasi tahun 2012 s.d. 2018 memiliki nilai rata-rata sebesar 0,10332, nilai tengah sebesar 0,07349, dan nilai standar deviasi sebesar 0,10475. Nilai terendah dan nilai tertinggi variabel ini berturut-turut adalah sebesar 0,00002 dan 0,88486.

Hasil regresi model dapat dilihat pada Tabel IV.2. Berdasarkan hasil regresi data panel yang disajikan pada Tabel IV.2, nilai koefisien determinasi (*R-squared*) pada model 1, 2, dan 3 berturut-turut adalah 0,0959, 0,1273, dan 0,0976. Hal ini berarti variasi tingkat penghindaran pajak mampu dijelaskan oleh variabel bebas dan variabel kontrol pada model pertama sebesar 9,59%, pada model kedua sebesar 12,73%, dan pada model ketiga sebesar 9,76%. Sisanya pada model pertama, kedua, dan ketiga berturut-turut sebesar 90,41%, 87,27%, dan 90,24% dijelaskan oleh faktor lain atau variabel bebas lain di luar model penelitian.

Dapat dilihat dalam Tabel IV.2 bahwa konsentrasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Namun pengaruh ini tidak diperkuat ataupun diperlemah oleh biaya peralihan pemasok maupun diversifikasi pelanggan. Koefisien negative menunjukkan bahwa semakin tinggi konsentrasi pelanggan maka semakin tinggi penghindaran pajak yang ditunjukkan dengan semakin rendahnya Cash effective rate (CETR).

Pengaruh Konsentrasi Pelanggan terhadap Penghindaran Pajak

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hasil ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat konsentrasi pelanggan suatu perusahaan maka semakin tinggi pula perusahaan terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak. Hasil ini sesuai dengan hipotesis pertama yang diajukan dan selaras dengan hasil penelitian terdahulu. Huang *et al.* (2016) menyimpulkan bahwa terdapat asosiasi positif antara tingkat konsentrasi pelanggan korporasi dan tingkat penghindaran pajak perusahaan. Cen *et al.* (2017) juga menunjukkan bahwa hubungan pelanggan-pemasok memfasilitasi penghindaran pajak. Baik pelanggan maupun pemasok yang mempunyai hubungan ikatan pelanggan-pemasok menghindari pajak lebih besar daripada pemasok atau pelanggan yang tidak mempunyai hubungan tersebut. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian Ariyotama dan Firmansyah (2019) yang menjelaskan bahwa konsentrasi pelanggan berasosiasi positif terhadap aktivitas penghindaran pajak perusahaan di Indonesia.

Tabel IV.2 Hasil Uji Regresi Model Penelitian

Variabel Bebas	Dugaan	Model 1		Model 2		Model 3	
		Koefisien	Prob	Koefisien	Prob	Koefisien	Prob
CCHHI_w	-	-0,1547422	0,024	-0,0608624	0,256	-0,2850286	0,058
SWCOST_w	+	-	-	0,5638422	0,010	-	-
CCHHI	+	-	-	-2,283482	0,070	-	-
SWCOST_w	+	-	-	-	-	-0,009476	0,294
REVDIV_w	+	-	-	-	-	0,062275	0,213
CCHHI	+	-	-	-	-	-	-
REVDIV_w	+	-	-	-	-	-	-
SIZE_w		-0,0014851	0,724	-0,0022055	0,598	-0,0017934	0,675
LEV_w		-0,2544598	0,011	-0,2709108	0,008	-0,2531717	0,012
PPE_w		-0,0725769	0,241	-0,0610594	0,319	-0,076988	0,216
ROA_w		-0,9896439	0,000	-0,9961175	0,000	-0,9945312	0,000
Konstanta		0,5335495	0,000	0,5141794	0,000	0,5647303	0,000
R-squared			0,0959		0,1273		0,0976
Wald chi ²			45,34		51,32		45,84
Prob > chi ²			0,0000		0,0000		0,0000

Sumber: Diolah dengan STATA 16

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Putri (2018) yang menyebutkan bahwa konsentrasi pelanggan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak perusahaan. Putri (2018) menyebutkan bahwa perusahaan yang mempunyai pelanggan utama akan menjadi lebih patuh terhadap pembayaran pajak akibat adanya risiko kehilangan pelanggan tersebut apabila perusahaan terlibat dalam masalah perpajakan yang dapat merusak citra perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menggambarkan keadaan sebaliknya. Hasil pengujian hipotesis pertama penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konsentrasi pelanggan maka semakin rendah tingkat pembayaran pajaknya yang terlihat dari koefisien regresi variabel CCHHI_w yang negatif terhadap CETR_w model 1 yang ditampilkan Tabel IV.1.

Dari sisi teori keagenan, perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* akan selalu ada karena secara rasional setiap individu akan selalu ingin memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri (*agency problem*). Meskipun perusahaan terkonsentrasi pelanggan menghadapi risiko bawaan (risiko arus kas dan kesulitan keuangan) dari karakteristik strategi bisnisnya, secara umum *principal* (pemilik atau pemegang saham) tetap ingin memperoleh imbal hasil yang tinggi dari investasi mereka yang ditanamkan pada perusahaan tersebut. Dengan strategi penjualan kepada satu atau sekelompok pelanggan utama dan hubungan pemasok-

pelanggan yang baik, perusahaan dapat menikmati manfaat seperti aliran pendapatan yang berkelanjutan, pendapatan yang signifikan, dan manfaat operasional seperti penghematan biaya periklanan dan pengiriman barang (Dhaliwal *et al.*, 2020). Dengan begitu, strategi bisnis ini diharapkan dapat memaksimalkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham.

Bagi *agent* (manajer) strategi bisnis tersebut akan menyulitkan mereka karena manajer akan membutuhkan usaha lebih besar untuk menjaga kinerja perusahaan tetap baik. Tidak hanya pemilik atau pemegang saham, manajer juga memiliki kepentingan sendiri seperti kenaikan jabatan, gaji, dan/atau bonus yang diperoleh dari perusahaan. Dengan terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak, manajer akan dapat mengurangi pembayaran pajak guna menjaga kas perusahaan. Hal itu bertujuan untuk meminimalkan risiko terjadinya masalah arus kas serta meminimalkan potensi timbulnya kesulitan keuangan apabila perusahaan kehilangan pendapatan dari pelanggan utamanya di masa depan. Pada akhirnya, manajer dapat menjaga atau meningkatkan kinerja perusahaan serta memenuhi kepentingannya. Sehubungan dengan kebutuhan *cash holding* pada perusahaan terkonsentrasi pelanggan, Huang *et al.* (2016) membuktikan bahwa perusahaan dengan konsentrasi pelanggan tinggi akan meningkatkan penyimpanan kas mereka dengan menerapkan penghindaran pajak.

Penghindaran pajak tersebut pada akhirnya akan menimbulkan biaya agensi lebih lanjut bagi *principal* dan *agent* karena risiko pajak mungkin lebih besar daripada risiko konsentrasi pelanggan di masa depan atau risiko pajak dapat berdampak pada risiko konsentrasi pelanggan. Risiko seperti *reputational cost* bagi perusahaan dapat berdampak pada kehilangan kepercayaan pelanggannya apabila perusahaan bermasalah dengan otoritas pajak. Bagi pemegang saham, masalah tersebut dapat menurunkan imbal hasil investasinya. Bagi manajer, masalah tersebut akan berdampak pada jabatan, gaji, dan citranya sendiri. Gallemore & Thornock (2014) menemukan sedikit bukti bahwa perusahaan atau eksekutif puncak menanggung biaya reputasi yang signifikan sebagai akibat tuduhan atas keterlibatan dalam aktivitas *tax shelter*. Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak perusahaan. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa risiko konsentrasi pelanggan lebih dipertimbangkan daripada risiko pajak oleh manajer dalam pengambilan keputusan pengelolaan dana perusahaan.

Pengaruh Moderasi Biaya Peralihan terhadap Pengaruh Konsentrasi Pelanggan terhadap Penghindaran Pajak

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa biaya peralihan tidak memoderasi pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak. Hal ini berarti pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak tidak diperkuat ataupun diperlemah oleh biaya peralihan, biaya pelanggan untuk ganti pemasok.

Hasil pengujian hipotesis kedua tidak selaras dengan hasil penelitian terdahulu. Dari hasil penelitian Huang *et al.* (2016), keberadaan biaya peralihan mampu memperlemah hubungan pengaruh positif konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak perusahaan pemasok. Huang *et al.* (2016) membuktikan bahwa perusahaan pemasok terkonsentrasi pelanggan memiliki *current effective tax*

rate dan *cash effective tax rate* lebih tinggi ketika perusahaan tersebut memiliki biaya peralihan lebih tinggi, dan sebaliknya.

Dari sisi keputusan pelanggan, faktor penyebab perusahaan kehilangan pelanggan utama tidak hanya berupa biaya yang akan ditanggung oleh pelanggan apabila mereka mengganti pemasoknya. Intensi pelanggan untuk tetap bertahan atau mengganti pemasok yang sekarang tidak hanya disebabkan oleh persepsi pelanggan terhadap biaya peralihan, tetapi juga tingkat kepuasan mereka (Burnham *et al.*, 2003). Burnham *et al.* (2003) membuktikan bahwa retensi pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan biaya peralihan. Dengan begitu, ketidaksesuaian hasil penelitian dengan hipotesis kedua dapat disebabkan oleh faktor lain tersebut.

Keterkaitan antara kepuasan pelanggan dan penghindaran pajak ditunjukkan oleh hasil penelitian Rahiminejad *et al.* (2018). Rahiminejad *et al.* (2018) membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif antara kepuasan pelanggan dan penghindaran pajak perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan tinggi menghindari risiko dari aktivitas penghindaran pajak karena masalah reputasi (Rahiminejad *et al.*, 2018). Reputasi buruk dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan memengaruhi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, risiko kehilangan pelanggan utama yang dihadapi perusahaan terkonsentrasi pelanggan pada sampel penelitian diduga tidak dipengaruhi oleh *switching cost* sebab terdapat pengaruh dari faktor lain.

Pengaruh Moderasi Diversifikasi Pendapatan terhadap Pengaruh Konsentrasi Pelanggan terhadap Penghindaran Pajak

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa diversifikasi pendapatan tidak memoderasi pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak. Hal ini berarti pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak tidak diperkuat maupun diperlemah oleh diversifikasi pendapatan.

Hasil uji hipotesis ketiga senada dengan salah satu hasil penelitian Zheng (2017). Zheng (2017) menggunakan variabel *dummy* untuk mengukur diversifikasi perusahaan, angka 1 untuk observasi yang multisekmen dan angka 0 untuk observasi yang bersektornya tunggal. Dengan mengendalikan periode sampel dan perusahaan sampel, hasil penelitian Zheng (2017) menunjukkan bahwa perusahaan tidak terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak secara signifikan ketika perusahaan beroperasi pada lebih dari satu segmen usaha.

Hasil pengujian hipotesis ketiga tidak selaras dengan hasil penelitian terdahulu. Huang *et al.* (2016) membuktikan bahwa perusahaan pemasok terkonsentrasi pelanggan korporasi memiliki *current effective tax rate* dan *cash effective tax rate* lebih tinggi ketika perusahaan tersebut memiliki jumlah segmen bisnis lebih banyak (diversifikasi pendapatan lebih tinggi). Sebaliknya, *current effective tax rate* dan *cash effective tax rate* menjadi lebih rendah ketika perusahaan memiliki jumlah segmen bisnis yang lebih sedikit atau segmen tunggal (diversifikasi pendapatan lebih rendah). Ini berarti diversifikasi memperlemah pengaruh positif konsentrasi pelanggan korporasi terhadap penghindaran pajak perusahaan pemasok. Kemungkinan besar perusahaan terkonsentrasi pelanggan yang memiliki beberapa segmen usaha akan pulih dari masalah arus kas atau kesulitan keuangan apabila mereka kehilangan pendapatan dari pelanggan utamanya sehingga aktivitas penghindaran pajak menjadi lebih rendah.

Ketidaksesuaian hasil penelitian dengan hipotesis ketiga dapat disebabkan oleh adanya variabel penentu lain yang dapat memengaruhi hubungan pengaruh diversifikasi pendapatan terhadap penghindaran pajak perusahaan terkonsentrasi pelanggan, seperti tata kelola perusahaan. Zheng (2017) mengasumsikan bahwa karakteristik struktur kepemilikan perusahaan terdiversifikasi menyebabkan timbulnya masalah keagenan sehingga manajer pada perusahaan terdiversifikasi mempunyai intensi yang rendah untuk

terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak. Struktur kepemilikan seperti kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak dimasukkan sebagai pengendali dalam pembentukan model penelitian ketiga.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengujian menunjukkan bahwa konsentrasi pelanggan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak namun biaya peralihan dan diversifikasi pendapatan tidak memperkuat ataupun memperlemah pengaruh konsentrasi pelanggan terhadap penghindaran pajak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan semakin tinggi terlibat dalam aktivitas penghindaran pajak saat tingkat konsentrasi pelanggan lebih tinggi dan tidak terpengaruh seberapa besar biaya pelanggan untuk ganti pemasok (biaya peralihan) ataupun tingkat diversifikasi pendapatan perusahaan.

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat empat keterbatasan dalam penelitian. Pertama, sampel penelitian hanya diambil dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kedua, sampel penelitian termasuk perusahaan pada sektor properti, real estat, dan konstruksi bangunan yang memiliki perbedaan karakteristik perpajakan dengan perusahaan sektor lain. Mayoritas transaksi perusahaan pada sektor properti, real estat, dan konstruksi bangunan dikenakan pajak penghasilan bersifat final. Selanjutnya, variabel moderasi *switching cost* menggunakan ukuran pangsa pasar perusahaan yang diperoleh dengan membandingkan total penjualan setahun perusahaan sampel terhadap total penjualan seluruh perusahaan terbuka yang berada di subsektor yang sama dengan perusahaan sampel. Penelitian ini belum memperhitungkan seluruh penjualan perusahaan di Indonesia baik yang terdaftar maupun tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada subsektor yang sama. Keterbatasan informasi yang tersedia menjadi kendala dalam pengumpulan data

tersebut. Terakhir, proksi untuk variabel terikat dan tiap variabel bebas pada penelitian ini hanya menggunakan satu jenis ukuran.

Otoritas pajak dapat mempertimbangkan untuk memasukkan konsentrasi pelanggan sebagai suatu kriteria dalam pemetaan risiko ketidakpatuhan atau profil risiko Wajib Pajak Badan dalam menjalankan fungsi pengawasan dan pemeriksaan. Selain itu, penelitian ini tidak merekomendasikan tingkat biaya peralihan dan tingkat diversifikasi pendapatan perusahaan pemasok untuk dipertimbangkan dalam pemetaan risiko ketidakpatuhan atau profil risiko Wajib Pajak Badan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel perusahaan dengan melibatkan perusahaan tertutup di Indonesia dan memperpanjang periode penelitian sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi lain untuk mengukur variabel penelitian penghindaran pajak baik dengan ukuran berbasis *effective tax rate* maupun *book-tax-differences*. Ukuran jumlah segmen usaha yang dilaporkan perusahaan pada catatan atas laporan keuangannya digunakan sebagai proksi variabel diversifikasi pendapatan pada penelitian ini. Berdasarkan data penelitian, perusahaan sampel cenderung memiliki jumlah segmen usaha yang konstan maka peneliti menyarankan penggunaan proksi lain dalam pengukuran diversifikasi pendapatan bagi penelitian selanjutnya seperti disampaikan pada penelitian.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

Arham, A., & Firmansyah, A., Nor, A. M. E., Vito, B. (2020). A bibliographic study on tax avoidance research in Indonesia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 9526-9554.

Armstrong, C. S., Blouin, J. L., Jagolinzer, A. D., & Larcker, D. F. (2015). Corporate governance, incentives, and tax avoidance. *Journal of Accounting and Economics*, 60(1), 1-17.

Aryotama, P., & Firmansyah, A. (2019). The effect of corporate diversification, customer concentration on tax avoidance in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 19(12), 196-207.

Bhattacharya, A. (2013). Switching costs and sustained competitive advantage. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(9), 101-111.

Burnham, T., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 109-126.

Cen, L., Maydew, E. L., Zhang, L., & Zuo, L. (2017). Customer-supplier relationships and corporate tax avoidance. *Journal of Financial Economics*, 123(2), 377-94.

Chen, S., Chen, X., Cheng Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms?. *Journal of Financial Economics*, 95, 41- 61.

Chyz, J. A., Leung, W. S. C., Li, O. Z., & Rui, O. M. (2013). Labor unions and tax aggressiveness. *Journal of Financial Economics*, 108, 675-698.

David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen strategik: Suatu pendekatan keunggulan bersaing (edisi ke-15)*. Salemba Empat.

Denis, D. J., Denis, D. K., & Sarin, A. (1997). Agency problems, equity ownership, and corporate diversification. *The Journal of Finance*, 52, 135-160.

Desai, M. A., & Dharmapala D. (2004). Corporate tax avoidance and high- powered incentives, 1-38. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.532702.

Desai, M. A., & Dharmapala, D. (2009). Earnings management, corporate tax shelters, and book-tax alignment. *National Tax Journal*, 62(1), 169-186.

Dewan Standar Akuntansi Keuangan. (2015). *Pernyataan standar akuntansi keuangan nomor 5: Segmen operasi*. Ikatan Akuntansi Indonesia.

Dhaliwal, D., Judd, J. S., Serfling, M., & Shaikh, S. (2015). Customer concentration risk and the cost of equity capital. *SSRN Electronic Journal*. <https://ssrn.com/abstract=2391935>

Dhaliwal, D., Michas, P.N., Naiker, V. & Sharma, D. (2020). Greater reliance on major customers and auditor going-concern opinions. *Contemporary Accounting Research*, 37, 160-188.

Dyreng, S. D., Hanlon, M., Maydew, E.L. & Thornock, J.R. (2017). Changes in corporate effective tax rate over the past 25 years. *Journal of Financial Economics*, 124(3), 441-463.

Dyreng, S. D., Hanlon, M., & Maydew, E. L. (2008). Long-run corporate tax avoidance. *The Accounting Review*, 83(1), 61-82.

Gallemore, J., Maydew, E. L., & Thornock, J. R. (2014). The reputational costs of tax avoidance. *Contemporary Accounting Research*, 31(4), 1103-1133.

Gatzer, S., Hoang, D., & Ruckes, M. (2014). Internal capital markets and diversified firms: Theory and practice. *KIT Working Paper Series in Economics*, 64, 1-77.

- Global Witness. (4 Juli 2019). *Indonesia's shifting coal money part 3: Taxes times for Adaro*. <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/oil-gas-and-mining/indonesias-shifting-coal-money-3-taxing-times-for-adaro/>
- Graham, J. R., & Tucker, A. L. (2006). Tax shelters and corporate debt policy. *Journal of Financial Economics*, 81(3), 563–594
- Gupta, S., & Newberry K. (1997). Determinants of the variability in corporate effective tax rates: Evidence from longitudinal study. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16, 1–34.
- Hanlon, M. & Heitzman, S. (2010). Review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2), 127-178.
- Higgins, D., Omer, T., Phillips, J., (2014). The influence of a firm's business strategy on its tax aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 32(2), 674–702.
- Hoopes, J. L., Mescall D., & Pittman J. (2012). Do IRS audits deter corporate tax avoidance?. *The Accounting Review*, 87(5), 1603–1639.
- Huang, H. H., Lobo, G. J., Wang, C., & Xie, H. (2016). Customer concentration and corporate tax avoidance. *Journal of Banking and Finance*, 72, 184-200.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak (2019).
- Lian, Y. (2017). Financial distress and customer-supplier relationships. *Journal of Corporate Finance*, 43, 397-406.
- Marin, M. J. (n.d.). *Avoiding higher customer concentration*. <https://gatewaycfs.com/bff/avoiding-high-customer-concentration>
- McGuire, S. T., Omer, T. C., & Wang, D. (2012). Tax avoidance: Does tax-specific industry expertise make a difference?. *The Accounting Review*, 87(3), 975-1003.
- Putri, W. A. (2018). Customer concentration and tax aggressiveness of non financial company in Indonesia Stock Exchange in 2014-2015. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 298, 27-31.
- Rahiminejad, S., Warsame, H., Rashid, H., & Anderson, M. (2018). Corporate tax avoidance and customer satisfaction. *Hawai'i Accounting Research Conference*, Honolulu, Hawaii.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2015). The impact of financial distress on corporate tax avoidance spanning the global financial crisis: Evidence from Australia. *Economic Modelling*, 44, 44-53.
- Richardson, G., Wang, B., & Zhang, X. (2016). Ownership structure and corporate tax avoidance: Evidence from publicly listed private firms in China. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 12(2), 141–158.
- Sadjarto, A., Hartanto, S., Natalia, & Octaviana, S. (2020). Analysis of the effect of business strategy and financial distress on tax avoidance. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 238-246.
- Santoso, Y. I. (23 November 2020). *Akibat penghindaran pajak, Indonesia diperkirakan rugi Rp 68,7 triliun*. <https://nasional.kontan.co.id/news/akibat-penghindaran-pajak-indonesia-diperkirakan-rugi-rp-687-triliun>
- Singhal, R., & Zhu, Y. (2013). Bankruptcy risk, costs and corporate diversification. *Journal of Banking & Finance*, 37(5), 1475-1489.
- Stickney, C. P., & McGee, V. E. (1982). Effective corporate tax rates: The effect of size, capital intensity, leverage, and other factors. *Journal of Accounting and Public Policy*, 1(2), 125–152.
- Zheng, S. (2017). Can corporate diversification induce more tax avoidance?. *Journal of Multinational Financial Management*, 41, 47–60.