

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIKAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Menurut Anggit M. Siddiq dkk (2020:6), secara umum kajian pustaka didefinisikan sebagai ringkasan yang didapatkan dari suatu sumber bacaan yang berkaitan dengan Bahasa penelitian. Latar belakang yang membahas fungsi persiapan pengumpulan data aktual biasanya akan tertulis dalam sebuah tinjauan literatur di dalam setiap survey dan penelitian eksperimental. Melalui sebuah studi baru dalam penelitian terbaru, kajian pustaka ini juga digunakan untuk menciptakan konteks masa lalu.

##### **2.1.1 Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Husein Umar (2008:41) pertumbuhan penjualan, modal, laba atau kombinasi di antara itu menjadi strategi untuk pertumbuhan suatu perusahaan. Perusahaan harus terus tumbuh paling tidak dalam rangka untuk bertahan hidup. Pola penjualan dan laba ditandai oleh lima tahap, dimulai dari tahap pengembangan, tahap pengenalan kepada pasar, tahap pertumbuhan yang ditandai dengan meningkatnya laba dan penjualan, tahap kedewasaan yang ditandai dengan naik atau turunnya laba, dan terakhir tahap penurunan yang ditandai dengan menurunnya penjualan dan laba secara cepat.

Beberapa definisi, indikator dan kesimpulan dari Pertumbuhan Penjualan berdasarkan buku dan jurnal yang berbeda-beda, sehingga peneliti lebih memahami teori Pertumbuhan Penjualan.

### **2.1.1.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Ahmad N. Budi Utama (2020:8), pertumbuhan penjualan adalah rasio yang menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibandingkan tahun lalu.

Selanjutnya definisi Pertumbuhan Penjualan menurut Thomas Baumgarter (2016:19) pertumbuhan penjualan adalah peningkatan yang signifikan dan berkelanjutan dalam pendapatan penjualan suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan dapat dicapai melalui strategi dan taktik yang tepat, termasuk ekspansi pasar, peningkatan loyalitas pelanggan, pengembangan produk, dan lain sebagainya.

Dan definisi Pertumbuhan Penjualan menurut Kasmir (2016:107) adalah Pertumbuhan Penjualan menunjukan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

Kesimpulan dari definisi Pertumbuhan Penjualan adalah peningkatan dalam pendapatan penjualan suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu, yang diukur sebagai persentase kenaikan penjualan tahun ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini dapat bersifat signifikan dan berkelanjutan, dan dapat terjadi baik dalam skala keseluruhan perusahaan maupun khusus terhadap segmen pasar tertentu.

### **2.1.1.2 Indikator Pertumbuhan Penjualan**

Kegiatan penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu

memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Basu Swastha (2005:406) adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan penjualan
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi organisasi perusahaan, dan
5. Faktor-faktor lain.

Untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar perubahan atau pertumbuhan dalam penjualan suatu produk atau perusahaan dari suatu periode ke periode lainnya dan memberikan gambaran yang jelas tentang kinerja penjualan selama periode yang ditentukan, maka penelitian ini menggunakan indikator pertumbuhan penjualan melalui rumus persentase pertumbuhan penjualan. Menurut Kasmir (2016:107) Pertumbuhan Penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan, rasio pertumbuhan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & \text{Pertumbuhan Penjualan} \\ &= \frac{(\text{Penjualan Tahun } T - \text{Penjualan Tahun } T - 1)}{\text{Penjualan Tahun } T - 1} \end{aligned}$$

Jika persentase pertumbuhan penjualan rendah, ini menunjukkan pertumbuhan yang lambat atau bahkan penurunan dalam penjualan perusahaan. Hal ini dapat mengindikasikan beberapa masalah yang perlu ditangani, seperti persaingan yang ketat, perubahan tren konsumen, penurunan daya beli, atau masalah internal dalam perusahaan. Persentase pertumbuhan penjualan rendah juga

dapat mengindikasikan adanya kebutuhan untuk memperbaiki strategi pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, atau melakukan inovasi produk untuk menghasilkan pertumbuhan yang lebih baik. Di sisi lain, jika persentase pertumbuhan penjualan tinggi, ini menunjukkan pertumbuhan yang cepat dan positif dalam penjualan perusahaan. Hal ini dapat menandakan keberhasilan strategi pemasaran, respons positif dari pasar terhadap produk atau layanan perusahaan, keunggulan kompetitif, atau ekspansi ke pasar baru. Pertumbuhan penjualan yang tinggi juga dapat memberikan peluang untuk perusahaan untuk meningkatkan laba, meningkatkan pangsa pasar, dan memperkuat posisi mereka dalam industri.

### **2.1.2 Ukuran Perusahaan**

Menurut Sujarweni (2015:211), Ukuran Perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan.

Menurut Hasseldine (2018;145), ukuran perusahaan dapat mempengaruhi tingkat pembebanan pajak yang harus ditanggung. Beberapa negara menerapkan sistem perpajakan yang berbeda untuk perusahaan kecil, menengah, dan besar. Tarif pajak yang lebih rendah atau insentif pajak tertentu mungkin diberikan kepada perusahaan kecil untuk mendorong pertumbuhan dan memberikan keadilan dalam sistem perpajakan.

Beberapa definisi, indikator dan kesimpulan dari Ukuran Perusahaan berdasarkan buku dan jurnal yang berbeda-beda, sehingga peneliti lebih memahami teori Ukuran Perusahaan.

#### **2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan**

Definisi Ukuran Perusahaan menurut Brigham & Houston (2017:4) merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain.

Selanjutnya pengertian Ukuran Perusahaan menurut Bambang Riyanto (2011:313) adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, atau nilai aktiva.

Dan menurut Agnes Sawir (2015:101) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

Kesimpulan dari definisi Ukuran Perusahaan adalah suatu skala atau parameter yang menentukan seberapa besar atau kecilnya perusahaan. Indikator-indikator seperti nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan, dan nilai total aktiva digunakan sebagai variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

### **2.1.2.2 Indikator Ukuran Perusahaan**

Indikator Ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau buka cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produksi yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih

besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun kriteria perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Asset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 50 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>50 juta – 500 juta
Usaha Menengah	>500 juta – 10 M	>500 juta – 10 M
Usaha Besar	>10 M	>10 M

Menurut David *et al.* (2021;89), ada beberapa indikator yang yang dapat mempengaruhi ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

1. **Pertumbuhan Organik:** pertumbuhan organik terjadi ketika perusahaan mengembangkan bisnisnya dengan meningkatkan penjualan dan aset yang ada. Pertumbuhan organik sering melibatkan inovasi produk, ekspansi geografis, diversifikasi, dan peningkatan efisiensi operasional. Melalui pertumbuhan organik, perusahaan dapat tumbuh secara bertahap dan memperluas ukurannya.
2. **Pertumbuhan Melalui Akuisisi:** perusahaan dapat memperoleh pertumbuhan dengan melakukan akuisisi atau penggabungan dengan perusahaan lain. Melalui akuisisi, perusahaan dapat mendapatkan akses ke pasar baru,

teknologi, merek, atau sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan target. Ini dapat memperluas ukuran perusahaan secara signifikan dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan pertumbuhan organik.

Dalam penelitian ini, indikator ukuran perusahaan yang digunakan menghitung suatu ukuran perusahaan dengan rumus sebagai berikut (Guiera *at. Al.*, 2011):

$$\text{Firm Size} = \ln(\text{Total Aset})$$

### 2.1.2 Penghindaran Pajak

Menurut Parjiono dkk (2018:121) Penghindaran Pajak adalah transaksi atau perjanjian lain yang dilakukan oleh Wajib Pajak untuk meminimalkan jumlah pajak yang terutang dengan cara yang sah dan bukan merupakan tindak pidana. Penghindaran Pajak merupakan pemanfaatan rezim hukum pajak untuk suatu keuntungan sendiri, untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang dengan cara yang sah secara hukum. Berikut adalah penjelasan untuk kedua sudut pandang tersebut:

- 1) Sudut Pandang Pemerintah
  - a. Penutupan Celah Hukum: Pemerintah dapat melakukan langkah-langkah untuk menutup celah hukum yang memungkinkan penghindaran pajak. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbarui dan menguatkan regulasi perpajakan serta mengidentifikasi dan menangani praktik penghindaran pajak yang merugikan penerimaan negara.
  - b. Perjanjian Pemutusan Penghindaran Pajak: Pemerintah dapat menjalin perjanjian bilateral atau multilateral untuk mencegah penghindaran pajak

melalui praktik transfer pricing dan penyalahgunaan perjanjian penghindaran pajak ganda (*double tax avoidance agreements*).

- c. **Transparansi Perpajakan:** Meningkatkan transparansi perpajakan dengan memperkuat pelaporan keuangan, pertukaran informasi perpajakan internasional, dan memperkenalkan standar pelaporan perpajakan seperti *Country-by-Country Reporting*.

## 2) Sudut Pandang Bisnis

- a. **Perencanaan Pajak yang Legal:** Bisnis dapat melakukan perencanaan pajak yang legal untuk memaksimalkan penggunaan insentif dan pengecualian perpajakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Ini termasuk memanfaatkan pengaturan pajak yang tersedia dan mengoptimalkan struktur perusahaan secara hukum untuk mengurangi kewajiban pajak.
- b. **Pengelolaan Transfer Pricing:** Bisnis multinasional dapat menggunakan transfer pricing untuk mengatur alokasi pendapatan dan biaya antara entitas anak perusahaan dan perusahaan induk. Dalam batas yang diizinkan oleh hukum, pengelolaan transfer pricing dapat membantu bisnis mengoptimalkan kewajiban pajak mereka secara global.
- c. **Penggunaan Insentif Pajak:** Bisnis dapat memanfaatkan insentif pajak yang ditawarkan oleh pemerintah, seperti insentif penelitian dan pengembangan, insentif investasi, atau insentif untuk pengembangan wilayah tertentu. Ini dapat membantu bisnis mengurangi kewajiban pajak dan mendorong aktivitas ekonomi.

Beberapa definisi, indikator dan kesimpulan dari Penghindaran Pajak berdasarkan buku dan jurnal yang berbeda-beda, sehingga peneliti lebih memahami teori Penghindaran Pajak.

### **2.1.3.1 Pengertian Penghindaran Pajak**

Menurut Pohan (2017:11), Penghindaran Pajak atau *Tax Avoidance* adalah suatu upaya mengefisiensikan beban pajak dengan cara menghindari pengenaan pajak dengan mengerahkannya pada transaksi yang tadinya objek pajak menjadi bukan objek pajak.

Selanjutnya definisi Penghindaran Pajak menurut M.Farouq (2018:166) adalah tindakan penghindaran pajak yang dilakukan masih dalam batas yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Dan menurut Parjiono dkk (2018:121) Penghindaran Pajak adalah transaksi atau perjanjian lain yang dilakukan oleh Wajib Pajak untuk meminimalkan jumlah pajak yang terutang dengan cara yang sah dan bukan merupakan tindak pidana. Penghindaran Pajak merupakan pemanfaatan rezim hukum pajak untuk suatu keuntungan sendiri, untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang dengan cara yang sah secara hukum.

Kesimpulan dari definisi Penghindaran Pajak Penghindaran pajak yang juga dikenal sebagai *tax avoidance* adalah suatu usaha yang dilakukan oleh wajib pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus ditanggung. Dalam penghindaran pajak, wajib pajak menggunakan strategi dan taktik yang legal dan tidak melanggar undang-undang perpajakan. Tujuan dari penghindaran pajak adalah untuk mengerahkan beban pajak pada transaksi yang sebelumnya merupakan objek pajak

agar transaksi tersebut menjadi bukan objek pajak. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada dalam peraturan perundang-undangan perpajakan.

Penghindaran pajak, seperti yang dijelaskan dalam definisi-definisi di atas, berbeda dengan pengelakan pajak atau tax evasion. Pengelakan pajak melibatkan pelanggaran undang-undang dan upaya untuk menghindari kewajiban pajak secara ilegal. Sementara itu, penghindaran pajak berusaha untuk memaksimalkan keuntungan wajib pajak dengan memanfaatkan celah-celah hukum yang ada.

Penghindaran pajak merupakan praktik yang kontroversial, karena sementara penghindaran pajak bisa legal, banyak yang menganggapnya tidak etis karena mengurangi sumber daya yang diperlukan untuk membiayai pelayanan publik dan pembangunan. Untuk itu, pemerintah dan badan-badan perpajakan di berbagai negara terus berupaya untuk mengatasi penghindaran pajak dengan memperketat peraturan perpajakan dan melaksanakan kerja sama internasional dalam pertukaran informasi keuangan.

#### **2.1.3.2 Indikator Penghindaran Pajak**

Faktor yang mempengaruhi wajib pajak memiliki keberanian untuk melakukan penghindaran pajak menurut Jon Hutagaol (2007:154) adalah sebagai berikut:

- 1) Kesempatan (Opportunities)

Adanya sistem *self assessment* yang merupakan sistem yang memberikan kepercayaan penuh terhadap Wajib Pajak untuk

menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban pajaknya kepada fiskus.

2) Lemahnya Penegakan Hukum (Low Enforcement)

Wajib Pajak berusaha untuk membayar pajak lebih sedikit dari yang seharusnya terutang dengan memanfaatkan kewajaran interpretasi hukum pajak.

3) Manfaat dan Biaya (Level Of Penalty)

Perusahaan memandang bahwa penghindaran pajak memberikan keuntungan ekonomi yang besar dan sumber pembiayaan yang tidak mahal.

Menurut Rist dan Pizzica (2014) dalam bukunya memaparkan sebagai berikut:

*“The effective tax rate explains the various rates at which a company’s income is taxed as a result of different tax jurisdictions both domestically and internationally. Companies also employ strategies to minimize tax. To compute the effective (or average for the year) tax rate, total tax expense is divided by earnings before tax.”*

Artinya, tingkat pajak efektif menjelaskan berbagai tingkat pajak di mana pendapatan perusahaan dikenai pajak sebagai hasil dari yurisdiksi pajak yang berbeda baik dalam negeri maupun internasional. Perusahaan juga menerapkan strategi untuk meminimalkan pajak. Untuk menghitung tingkat pajak efektif (atau rata-rata untuk tahun tersebut), beban pajak total dibagi dengan laba sebelum pajak.

Penelitian ini menggunakan indikator penghindaran pajak dengan menghitung melalui CETR (*Cash Effective Tax Rate*) perusahaan. Rist dan Pizzica (2014) menjelaskan bahwa berbagai tingkat pajak yang dikenakan pada pendapatan

perusahaan sebagai hasil dari yurisdiksi pajak yang berbeda, baik di dalam negeri maupun internasional. Perusahaan juga menggunakan strategi untuk meminimalkan pajak. Maka, untuk menghitung rasio pajak efektif atau rata-rata selama tahun adalah biaya pajak total dibagi dengan pendapatan sebelum pajak, atau rumus sebagai berikut (Rist dan Pizzica, 2014):

$$\text{CETR} = \frac{\text{Tax Expense}}{\text{Earnings Before Tax}}$$

Angka yang dihasilkan dapat dibandingkan dengan tingkat pajak efektif dari setiap negara atau perusahaan. Untuk Indonesia, tarif normalnya adalah 25%. Tarif Pajak Efektif tersebut diambil dari nilai pajak statutory berdasarkan hukum yang berlaku pada tahun berkaitan yang tertulis dalam PP Nomor 55 Tahun 2022. Jadi, jika CETR rendah atau dibawah 25%, itu berarti perusahaan membayar jumlah pajak yang relatif rendah dibandingkan dengan jumlah kas yang mereka hasilkan. Di sisi lain, jika CETR tinggi atau di atas 25%, itu berarti perusahaan membayar jumlah pajak yang relatif tinggi dibandingkan dengan jumlah kas yang mereka hasilkan. CETR rendah dapat mengindikasikan adanya keuntungan pajak yang signifikan, seperti penggunaan pengurangan pajak, insentif fiskal, atau strategi perencanaan pajak yang efektif. Ini dapat menghasilkan penghematan pajak bagi perusahaan dan dapat meningkatkan keuntungan mereka secara keseluruhan. Di sisi lain, CETR tinggi bisa menunjukkan bahwa perusahaan membayar jumlah pajak yang signifikan dalam kaitannya dengan pendapatan kas yang mereka hasilkan. Hal

ini mungkin disebabkan oleh peraturan pajak yang ketat, tingkat pajak yang tinggi, atau kurangnya strategi perencanaan pajak yang efektif.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Paradigma tentang pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak melibatkan studi tentang bagaimana perusahaan menggunakan strategi dan praktik perpajakan untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Paradigma ini mengasumsikan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi motivasi perusahaan untuk terlibat dalam praktik penghindaran pajak.

Pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi penghindaran pajak karena perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan yang signifikan seringkali memiliki laba yang lebih tinggi. Laba yang tinggi berarti pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan juga lebih besar. Dalam hal ini, perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi untuk mengurangi kewajiban pajak mereka, seperti memanfaatkan celah hukum atau memindahkan keuntungan mereka ke yurisdiksi pajak yang lebih rendah.

Ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi penghindaran pajak. Perusahaan besar sering memiliki lebih banyak sumber daya dan kemampuan untuk melakukan perencanaan pajak yang kompleks. Mereka dapat mempekerjakan konsultan perpajakan yang ahli, melakukan restrukturisasi bisnis, atau menggunakan skema perpajakan yang rumit untuk mengurangi kewajiban pajak mereka secara sah. Di sisi lain, perusahaan kecil mungkin tidak memiliki sumber

daya yang sama atau pengetahuan perpajakan yang mendalam, sehingga cenderung memiliki kemampuan terbatas dalam menghindari pajak.

Namun, penting juga untuk memperhatikan bahwa penghindaran pajak dapat mencakup tingkat tindakan dari yang sah hingga praktik yang meragukan atau bahkan ilegal. Paradigma ini menekankan pentingnya pemahaman dan pengawasan terhadap tindakan perusahaan dalam mengelola kewajiban perpajakan mereka. Peraturan perpajakan yang ketat dan transparansi yang lebih besar telah menjadi fokus banyak pemerintah dan organisasi internasional untuk mengatasi penghindaran pajak yang tidak semestinya. Paradigma ini menggarisbawahi perlunya kerangka perpajakan yang adil dan efisien yang mendorong kepatuhan perusahaan tanpa merugikan penerimaan pajak negara.

Oleh karena itu, dalam memahaminya, penting untuk mengakui kerumitan dan pergerakan yang terlibat dalam penghindaran pajak oleh perusahaan. Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi motivasi dan kemampuan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Namun, hal ini juga tergantung pada lingkungan perpajakan, regulasi, dan etika perusahaan. Upaya terus-menerus untuk meningkatkan keadilan perpajakan dan mendorong transparansi perusahaan menjadi penting dalam mengatasi isu-isu penghindaran pajak yang kompleks ini.

### **2.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak**

Pertumbuhan penjualan perusahaan dapat memiliki kaitan dengan praktik penghindaran pajak dalam beberapa cara. Meskipun penghindaran pajak tidak secara langsung tidak berdampak pada pertumbuhan penjualan itu sendiri, praktik

ini dapat mempengaruhi keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dan kemampuannya untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk mengembangkan bisnis. Banyaknya praktik penghindaran pajak dilakukan oleh perusahaan karena perusahaan akan mendapatkan peningkatan keuntungan bersih, lebih banyak sumber daya untuk menginvestasikan dalam inovasi dan pengembangan, dan memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kehadiran mereka di pasar baru.

Ada beberapa penjelasan menurut beberapa teori yang menjelaskan hubungan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak.

Menurut Richard Brooks (2013), menjelaskan bahwa Pertumbuhan Penjualan terhubung terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut:

“Praktik Penghindaran Pajak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar dan individu kaya yang dapat mengurangi pendapatan yang diterima pemerintah, akibatnya dana yang digunakan untuk membayar pajak menjadi terbatas karena mereka mencari celah hukum atau insentif fiskal. Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak mendapat keuntungan karena adanya pengurangan beban pajak sehingga keuntungan yang mereka dapatkan dialokasikan kepada pengembangan bisnis dan meningkatkan penjualan.”

Pada penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa praktik penghindaran pajak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar dan individu kaya. Hal ini dapat mengurangi pendapatan yang diterima pemerintah, karena mereka mencari celah hukum atau insentif fiskal yang memungkinkan mereka untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan. Akibatnya, dana yang tersedia untuk pembayaran pajak menjadi terbatas.

Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dapat memperoleh keuntungan karena mereka berhasil mengurangi beban pajak yang harus mereka

bayarkan. Dengan adanya pengurangan tersebut, perusahaan dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk mengembangkan bisnis mereka dan meningkatkan penjualan.

Dalam praktiknya, penghindaran pajak oleh perusahaan-perusahaan ini dapat berdampak negatif pada pemerintah dan masyarakat secara keseluruhan. Pendapatan pajak yang berkurang mengakibatkan keterbatasan dana yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk membiayai program-program publik, investasi infrastruktur, dan layanan masyarakat. Selain itu, penghindaran pajak juga dapat memperburuk ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial karena kelompok kaya mendapatkan keuntungan lebih besar sementara beban pajak yang lebih besar ditanggung oleh masyarakat luas.

Dengan demikian, praktik penghindaran pajak oleh perusahaan-perusahaan besar dan individu kaya memiliki dampak yang kompleks, dengan perusahaan yang melakukan penghindaran pajak mendapatkan keuntungan finansial tambahan sementara pemerintah dan masyarakat menghadapi keterbatasan dana dan potensi ketimpangan sosial-ekonomi yang lebih besar.

Dan teori menurut Thomas Piketty (2014) menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan Penjualan yang tinggi dan kenaikan pendapatan dapat mendorong individu kaya dan perusahaan untuk mencari cara-cara melakukan tindakan penghindaran pajak yang lebih tinggi, sehingga mempengaruhi praktik penghindaran pajak dan pemasukan negara untuk membangun negara yang berkurang.”

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketika terjadi pertumbuhan penjualan yang tinggi dan kenaikan pendapatan, individu kaya dan perusahaan cenderung

mencari cara untuk menghindari membayar pajak yang lebih tinggi. Hal ini berdampak pada praktik penghindaran pajak yang semakin meningkat dan mengurangi pemasukan negara yang digunakan untuk membangun negara. Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi yang tinggi dapat menyebabkan penurunan pemasukan negara karena tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh individu kaya dan perusahaan tersebut.

Jurnal penghubung dari penelitian sebelumnya yang pertama adalah jurnal penelitian oleh Hidayat (2018). Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penghindaran pajak. Maka artinya semakin tinggi Pertumbuhan Penjualan, semakin berkurang aktivitas *tax avoidance* suatu perusahaan yang disebabkan karena perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif besar akan memberikan peluang untuk memperoleh laba yang besar dan mampu untuk melakukan pembayaran pajak.

Kemudian jurnal oleh Nabilla dan Zulfikri (2018) menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan menunjukkan adanya pengaruh positif secara parsial terhadap Penghindaran Pajak. Artinya, Pertumbuhan Penjualan dalam suatu perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar volume penjualan, maka akan semakin tinggi laba yang akan diperoleh perusahaan.

Selanjutnya jurnal oleh Khomsiyah *et al* (2021) menyatakan bahwa secara parsial Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak. Artinya, semakin besar penjualan semakin besar pendapatan atau laba yang didapatkan dan semakin besar laba maka akan semakin besar pula beban pajak yang ditanggung perusahaan.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti di atas, penulis membuat hipotesis bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

### **2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak**

Ukuran perusahaan dapat memiliki kaitan dengan praktik penghindaran pajak karena perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya dan kemampuan yang lebih besar untuk mengelola dan mengoptimalkan kewajiban pajak mereka. Selain itu, perusahaan besar cenderung memiliki struktur bisnis yang lebih kompleks sehingga mereka memanfaatkan itu dengan memanipulasi aliran pendapatan dan biaya antar entitas dalam perusahaan mereka. Perusahaan besar juga dapat memanfaatkan pengaruh politik dan aktivitas lobbying untuk mempengaruhi pembentukan kebijakan perpajakan. Dengan memperjuangkan kepentingan mereka di tingkat legislatif, mereka dapat mempengaruhi pembentukan hukum dan kebijakan perpajakan yang lebih menguntungkan bagi mereka.

Ada beberapa penjelasan menurut beberapa teori yang menjelaskan hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak.

Menurut Slemrod (2007) menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan terhubung terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut:

*“There is some evidence that larger firms are more likely to engage in tax avoidance. This may be because larger firms have more resources to devote to tax planning, and they are also more likely to be audited by the tax authorities. Ultimately, the relationship between firm size and tax avoidance is complex and depends on a variety of factors. However, the evidence suggests that larger firms are more likely to engage in avoidance, but that smaller firms may also be at risk of engaging in avoidance.”*

Pada penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan yang lebih besar lebih cenderung terlibat dalam penghindaran. Salah satu alasannya adalah bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk mencurahkan perencanaan pajak. Mereka dapat mempekerjakan penasihat pajak khusus, dan mereka mampu berinvestasi dalam strategi penghindaran pajak yang canggih. Selain itu, perusahaan yang lebih besar lebih mungkin untuk diaudit oleh otoritas pajak, yang memberi mereka insentif untuk terlibat dalam penghindaran guna mengurangi kewajiban pajak mereka.

Dan teori menurut Michael Lang *et al* (2019) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut:

“Perusahaan yang lebih besar memiliki tim perencanaan pajak yang lebih besar, akses ke penasihat perpajakan yang lebih canggih, dan kemampuan untuk melakukan transaksi internal yang kompleks. Semua faktor ini dapat meningkatkan kemungkinan perusahaan besar untuk terlibat dalam penghindaran pajak yang legal.”

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki keuntungan dalam hal penghindaran pajak yang legal karena mereka memiliki sumber daya yang lebih besar. Dengan tim perencanaan pajak yang lebih besar dan akses ke penasihat perpajakan yang lebih canggih, perusahaan besar dapat melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap berbagai metode dan strategi penghindaran pajak yang tersedia. Selain itu, kemampuan untuk melakukan transaksi internal yang kompleks memungkinkan perusahaan besar untuk memanfaatkan celah hukum yang sah dan struktur keuangan yang rumit guna mengoptimalkan kewajiban pajak mereka.

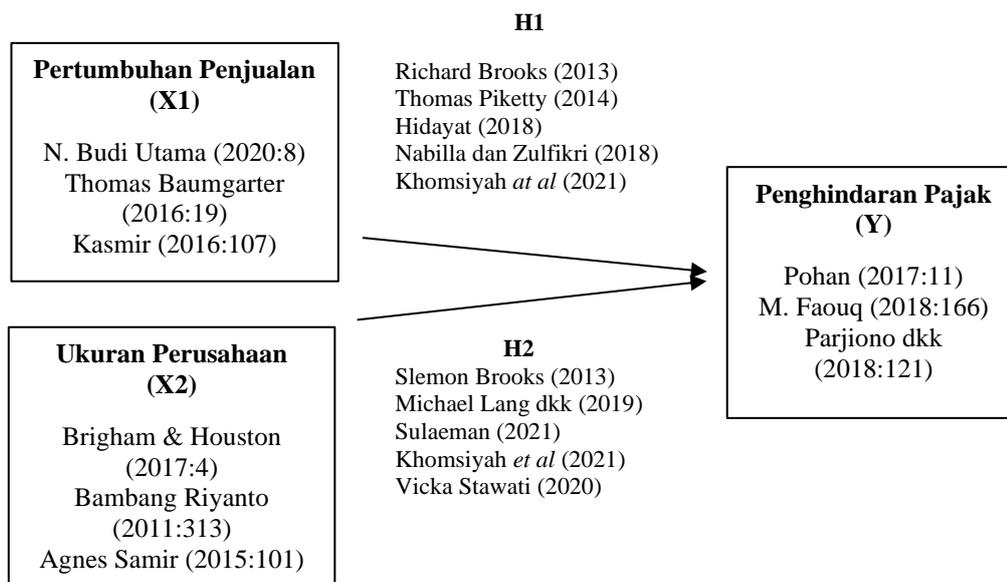
Jurnal penghubung dari penelitian sebelumnya yang pertama adalah jurnal penelitian oleh Sulaeman (2021). Dari hasil penelitian diketahui bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran pajak. Artinya, semakin tinggi Ukuran Perusahaan maka semakin tinggi tingkat Penghindaran Pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Kemudian jurnal oleh Khomsiyah *et al* (2021) menyatakan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak. Artinya, semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan maka akan menurunkan tingkat Penghindaran Pajak di perusahaan tersebut.

Selanjutnya jurnal oleh Vicka Stawati (2020) menyebutkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Penghindaran Pajak. Artinya, semakin besar Ukuran Perusahaan maka semakin rendah tingkat penghindaran pajak karena perusahaan yang besar akan menjadi pusat perhatian pemerintah dan manajer akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait pembayaran pajak agar tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan seperti sanksi dan reputasi buruk bagi perusahaan di mata publik dan pemerintah.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti di atas, penulis membuat hipotesis bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka penulis dapat memetakan sebagai berikut:



### 2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Prof. Dr. Budi Mulyadi, dkk (2018) hipotesis adalah sebagai berikut:

“Sinopsis adalah suatu bentuk ringkasan singkat yang digunakan untuk menggambarkan ide pokok, isi, dan tujuan dari suatu karya tulis, seperti skripsi, tesis, atau disertasi. Sinopsis umumnya berisi informasi tentang masalah penelitian, tujuan penelitian, metodologi penelitian, temuan utama, dan kesimpulan dari karya tulis tersebut. Sinopsis bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang isi karya tulis dan memudahkan pembaca untuk memahami esensi dari karya tersebut tanpa harus membaca secara detail.”

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. X1 terhadap Y

Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Penghindaran Pajak.

2. X2 terhadap Y

Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Penghindaran Pajak.