

## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Kajian pustaka dalam suatu penelitian memiliki peran penting dalam menyajikan kerangka teoritis, pemahaman terhadap penelitian terdahulu, serta landasan konseptual yang menjadi dasar bagi penelitian.

Menurut Jonaedi & Prasetyo (2022:192) definisi dari kajian pustaka adalah sebagai berikut:

“Kajian pustaka merupakan suatu kegiatan yang berisi uraian yang sistematis tentang teori dasar yang relevan, fakta, hasil penelitian sebelumnya, yang berasal dari pustaka mutakhir yang memuat teori, konsep atau pendekatan terbaru yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan untuk mencegah terjadinya replikasi.”

Dari pengertian diatas, maka dapat dikatakan kajian pustaka adalah kegiatan yang menyajikan uraian sistematis tentang teori dasar, fakta, dan hasil penelitian sebelumnya dari sumber mutakhir, yang mencakup teori, konsep, atau pendekatan terbaru terkait penelitian, untuk mencegah replikasi.

Dalam penelitian ini landasan teori yang akan dibahas mencakup konsep-konsep dasar dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik pada penelitian ini, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor penghindaran pajak. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan intensitas modal terhadap penghindaran pajak, serta bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dalam konteks ekonomi berkembang khususnya di Indonesia.

## **2.1.1 Pertumbuhan Penjualan**

### **2.1.1.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Yamasitha, et al., (2024:21) definisi dari pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan biaya akan mengakibatkan kenaikan laba perusahaan.”

Dan menurut Sofyan (2018:309) definisi dari pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu dari tahun ke tahun. Sedangkan menurut Kasmir (2019:294) definisi dari pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat dikatakan pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan perusahaan dalam periode waktu tertentu untuk mempertahankan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya.

### **2.1.1.2 Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Penjualan**

Pada bagian ini akan membahas terkait dengan upaya meningkatkan pertumbuhan penjualan. Menurut Nelly (2022:66) pertumbuhan penjualan dapat ditingkatkan melalui beberapa upaya diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Jumlah Pelanggan, dengan banyaknya jumlah pelanggan walaupun dengan tingkat konsumsi rata-rata yang tetap, besaran pertumbuhan penjualan dapat ditingkatkan.

- 2) Kenaikan Penjualan Produk, tingkat penjualan produk akan selalu ditingkatkan untuk bisa mencapai target yang telah ditentukan.
- 3) Pertumbuhan Pasar, menunjukkan seberapa kontribusi produk yang ditangani menguasai pasar produk sejenis di banding para competitor.
- 4) Porsi Pasar yang luas, perusahaan yang memiliki porsi pasar yang luas akan mendominasi penjualan produk.

### 2.1.1.3 Indikator Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu ukuran utama keberhasilan dan kemajuan perusahaan. Untuk dapat mengukur dan menganalisis pertumbuhan penjualan secara efektif, maka penting untuk memahami indikator dari pertumbuhan penjualan karena indikator ini akan memberikan gambaran mengenai kinerja penjualan saat ini dan membantu dalam perencanaan di masa yang akan datang.

Menurut Yamasitha., dkk, (2024:22) indikator dari pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Pert. Penjualan } n - \text{Pert. Penjualan } (n-1)}{\text{Pert. Penjualan } (n-1)}$$

Keterangan:

Pert. Penjualan n = Penjualan perusahaan tahun sekarang

Pert. Penjualan (n-1) = Penjualan perusahaan tahun sebelumnya

PP = Pertumbuhan Penjualan

Menurut Sofyan (2018:309) indikator dari pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

Keterangan:

Penjualan t: Penjualan bersih perusahaan pada tahun t

Penjualan t-1 : Penjualan bersih perusahaan pada tahun t-1

Menurut Kasmir (2019:294) indikator dari pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales tahun } t - \text{Sales tahun } t-1}{\text{Sales Tahun } t-1}$$

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka penulis akan menggunakan indikator menurut Sofyan (2018:2019) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

Alasan peneliti menggunakan indikator tersebut dalam penelitian ini karena dengan pengukuran pertumbuhan penjualan dapat memberikan gambaran peningkatan maupun penurunan yang dialami perusahaan dari persentase pertumbuhan penjualan, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan dananya ketika mengalami nilai persentase pertumbuhan penjualan untuk meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

Untuk memahami dan mengukur pertumbuhan penjualan secara efektif, perusahaan perlu menetapkan kriteria pertumbuhan penjualan yang jelas. Menurut Zakky (2021:33) pertumbuhan penjualan yang baik berada di angka 5%. Apabila

pertumbuhan penjualan sebesar 5% atau lebih dari 5% maka pertumbuhan penjualan berada dalam kategori baik.

## **2.1.2 Ukuran Perusahaan**

### **2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan**

Pada bagian ini akan membahas pemahaman terkait dengan definisi ukuran perusahaan. Menurut Lela (2019:31) mendefinisikan “ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva”.

Sedangkan menurut Nagian & Leny (2021:13) mendefinisikan “ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar”. Dan menurut Gerinata, et al., (2023:20) mendefinisikan “ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan”.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan, dan kemampuan finansial dalam periode tertentu yang digunakan untuk menilai dimensi perusahaan berdasarkan aspek-aspek tersebut.

### **2.1.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan**

Klasifikasi ukuran perusahaan bertujuan untuk mengelompokan perusahaan berdasarkan beberapa kategori. Menurut Wirmie, et al., (2022:51) klasifikasi ukuran perusahaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dibagi ke dalam empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian tersebut berdasarkan total asset yang dimiliki, Undang-Undang

Nomor 20 tahun 2008 mendefinisikan keempat kategori ukuran perusahaan sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorang atau badan usaha perorang yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- 2) Usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha kecil yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.
- 3) Usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- 4) Usaha besar yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kriteria Ukuran Perusahaan**

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2,5 Milyar
Usaha Menengah	>10 Juta – 10 Milyar	>2,5 Milyar – 50 Milyar
Usaha Besar	>10 Milyar	>50 Milyar

### 2.1.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menjadi aspek fundamental dalam analisis bisnis. Untuk memahami dan mengukur ukuran perusahaan secara efektif, maka penting untuk mengetahui indikator dari ukuran perusahaan.

Menurut Gerinata (2021:20) indikator dari ukuran perusahaan yaitu total asset yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Logaritma Natural (Total Aset)}$$

Menurut Lela (2019:32) indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Menurut Nagian & Leny (2021:14) Indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{LN (total Aset)}$$

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka penulis akan menggunakan indikator menurut Lela (2019:32) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Alasan peneliti menggunakan indikator tersebut dalam penelitian ini karena pengukuran ini menggunakan nilai total aset. Penggunaan logaritma natural dalam pengukuran ini bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data tanpa mengubah proporsi nilai asal. Total aset merupakan ukuran yang mencakup semua sumber daya yang dimiliki perusahaan termasuk aset lancar dan tetap dan sifatnya yang berjangka panjang sehingga akan memberikan gambaran menyeluruh tentang skala operasi dan kemampuan finansial perusahaan.

Ukuran perusahaan memberikan gambaran tentang skala, kesehatan finansial dan kemampuan operasional suatu entitas bisnis. Untuk mengukur ukuran perusahaan maka perlu kriteria sebagai evaluasi kinerja perusahaan. Menurut Wimie, et al., (2022:51) kriteria ukuran perusahaan yang baik apabila termasuk ke dalam perusahaan berskala besar dengan nilai lebih dari 23% berdasarkan indikator logaritma natural total aset.

### **2.1.3 Intensitas Modal**

#### **2.1.3.1 Definisi Intensitas Modal**

Pada bagian ini akan membahas pemahaman terkait dengan definisi intensitas modal. Menurut Alda, et al., (2023:151) mendefinisikan “intensitas modal adalah kegiatan penanaman modal yang telah dilakukan oleh perusahaan kemudian dikaitkan dengan investasi dalam bentuk aset tetap”.

Sedangkan menurut Amrie & Riska (2021:45) mendefinisikan “Intensitas modal merupakan gambaran seberapa banyak investasi aset tetap dari keseluruhan aset perusahaan”. Dan menurut Dianwicakasih (2022:20) mendefinisikan “Intensitas modal merupakan suatu bentuk investasi oleh perusahaan yang berhubungan dengan investasi dalam bentuk aset tetap”.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat dikatakan bahwa Intensitas modal adalah Intensitas modal adalah ukuran investasi perusahaan dalam aset tetap dibandingkan dengan total aset perusahaan, mencerminkan proporsi investasi dalam aset tetap terhadap keseluruhan aset.

#### **2.1.3.2 Karakteristik Intensitas Modal**

Aset tetap menjadi bentuk dalam kegiatan penanaman modal yang memiliki karakteristik. Menurut Asrini, et al., (2024:45) yang termasuk kedalam karakteristik tersebut diantaranya:

- 1) Memiliki masa manfaat ekonomis lebih dari satu tahun.
- 2) Tidak likuid. Aset tetap tidak diharapkan untuk dijual atau dikonsumsi dalam periode waktu yang singkat.
- 3) Nilai ekonomi yang signifikan. Aset tetap memiliki nilai yang cukup besar dan memberikan kontribusi dalam menciptakan nilai bagi perusahaan.
- 4) Dapat disusutkan. Aset tetap biasanya mengalami penyusutan nilai seiring dengan berjalannya waktu, yang mencerminkan penggunaannya dalam operasional perusahaan.

### 2.1.3.3 Indikator Intensitas Modal

Pada bagian ini akan membahas terkait dengan Indikator intensitas modal yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar modal yang diinvestasikan perusahaan dalam aset tetapnya. Menurut Amrie & Riska (2021:45) indikator dari intensitas modal yaitu:

$$\text{Intensitas Modal} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Menurut Sukmawati (2022:45) indikator dari intensitas modal adalah sebagai berikut:

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Penjualan}}$$

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka penulis akan menggunakan indikator menurut Amrie & Riska (2021:45) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Intensitas Modal} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Alasan peneliti menggunakan indikator tersebut dalam penelitian ini karena pengukuran ini menggunakan gambaran seberapa banyak investasi aset tetap dari keseluruhan perusahaan. Hal ini memberikan gambaran yang lebih akurat tentang nilai aktual aset tetap yang digunakan perusahaan dalam operasinya.

Kriteria intensitas modal dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajer dalam merancang kenijakan investasi. Menurut Ari, et al., (2019:45) intensitas modal yang baik itu memiliki nilai intensitas modal berada diatas 20%.

Perusahaan yang memiliki intensitas modal lebih dari 20% menunjukkan bahwa aset tetap dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

## **2.1.4 Penghindaran Pajak**

### **2.1.4.1 Definisi Penghindaran Pajak**

Pada bagian ini akan membahas pemahaman terkait dengan definisi penghindaran pajak. Adapun pengertian penghindaran pajak menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:207) adalah sebagai berikut:

“Penghindaran pajak merupakan tindakan dimana tidak ada hukum pajak yang dilanggar tetapi secara langsung dapat memberikan pengaruh kepada pengurangan potensi penerimaan pajak. Praktik penghindaran pajak dapat memberikan dampak sentiment negative atas ketidakadilan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak. Keadilan pajak dapat dilihat dari unsur perlakuan pajak sesuai dengan kondisi material Wajib Pajak.”

Sedangkan menurut Wirmie & Yosephine (2024:54) definisi dari penghindaran pajak adalah sebagai berikut:

“*Tax avoidance* merupakan usaha-usaha yang masih termasuk di dalam konteks peraturan-peraturan pajak yang berlaku dengan memanfaatkan celah hukum untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang dari tahun sekarang ke tahun-tahun yang akan datang.”

Dan menurut Nurjana Suleman (2022:27) definisi dari penghindaran pajak adalah sebagai berikut:

“penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) adalah cara mengurangi pajak yang masih dalam batas ketentuan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan, terutama melalui perencanaan pajak. Praktik penghindaran pajak biasanya memanfaatkan kelemahan-kelemahan hukum pajak dan tidak melanggar hukum perpajakan. Wajib Pajak selalu menginginkan pembayaran pajak yang kecil karena itulah banyak Wajib Pajak yang melakukan penghindaran pajak.”

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat dikatakan bahwa penghindaran pajak adalah tindakan yang dilakukan oleh Wajib Pajak atau perusahaan untuk

mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan secara legal dan dalam batas ketentuan perundang-undangan perpajakan. Penghindaran pajak dilakukan dengan memanfaatkan celah-celah atau kelemahan-kelemahan dalam undang-undang perpajakan untuk meminimalkan jumlah pajak yang terutang atau memanfaatkan perencanaan pajak yang sah. Dalam penghindaran pajak dapat berdampak pada pengurangan potensi penerimaan pajak oleh negara.

#### **2.1.4.2 Skema Penghindaran Pajak**

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:204) Penghindaran pajak dilakukan dengan upaya masyarakat menahan diri, mengurangi atau menekan konsumsi barang-barang yang dikenakan pajak. Penghindaran pajak berbeda dengan penyelundupan pajak atau *tax evasion*, karena *tax evasion* merupakan tindakan yang melanggar peraturan perundang-undangan perpajakan dalam hal mengurangi pajak yang terutang dengan merekayasa laporan pajak, menghilangkan maupun memalsukan data pendukung pengenaan pajak yang semestinya. Tindakan ilegal ini tidak dibenarkan untuk dilakukan oleh Wajib Pajak, walaupun dipahami bahwa pada kenyataannya di dalam prakteknya Wajib Pajak selalu berusaha untuk membayar pajak yang terutang sekecil mungkin karena motivasi dan perilaku tidak mementingkan negara.

Menurut Sartono (2023:127) dalam melakukan penghindaran pajak terdapat beberapa skema yang dapat dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1) *Transfer Pricing*

*Transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan (transfer) barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak

dalam transaksi bisnis maupun finansial. Dalam konteks perpajakan *transfer pricing* digunakan untuk merekayasa pembebanan harga suatu transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dalam rangka meminimalkan beban pajak yang terutang secara keseluruhan atas grup perusahaan. Dari sisi negara, praktik *transfer pricing* dapat mengakibatkan distorsi penerimaan negara dari sektor pajak.

## 2) *Treaty Shopping*

*Tax treaty* dapat dijadikan objek untuk melakukan aktivitas penghindaran pajak, meskipun tujuan dari *tax treaty* pada hakekatnya adalah untuk mencegah penghindaran pajak. Skema *treaty shopping* dilakukan oleh penduduk suatu negara yang tidak memiliki *tax treaty* dan melakukan kegiatan investasinya melalui anak perusahaan tersebut, sehingga investor dapat menikmati tarif pajak rendah dan fasilitas-fasilitas perpajakan lainnya yang tercantum dalam *tax treaty*.

## 3) *Controlled Foreign Corporation (CFC)*

Penghindaran pajak yang dilakukan dengan cara menunda pengakuan penghasilan modal yang bersumber dari luar negeri (khususnya negara *tax haven*) untuk dikenakan pajak di dalam negeri.

## 4) *Thin Capitalization*

*Thin Capitalization* merupakan modal terselubung melalui pinjaman yang melampaui batas kewajaran. Pinjaman dalam konteks *thin capitalization* ini adalah pinjaman berupa uang atau modal dari pemegang saham atau pihak-pihak lain yang memiliki hubungan istimewa dengan pihak peminjam.

## 5) Pemanfaatan *Tax Haven Country*

Negara *tax haven* merupakan suatu lokasi yang menawarkan kewajiban pajak yang rendah atau daerah yang tidak akan dikenakan pajak di mana para pengusaha melakukan usaha.

#### 2.1.4.3 Indikator Penghindaran Pajak

Pada bagian ini akan membahas terkait dengan indikator penghindaran pajak yang digunakan untuk mengukur penggunaan strategi penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Wirmie & Yosephine (2024:55) indikator dari penghindaran pajak yaitu:

$$\text{Cash Effective Tax Rate} = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Menurut Kevin Septiawan, et al., (2021:26) indikator dari penghindaran pajak yaitu:

$$\text{Current Effective Tax Rate} = \frac{\text{Pajak Tunai}}{\text{Pendapatan akuntansi sebelum pajak}}$$

Berdasarkan indikator yang telah disebutkan diatas, maka penulis akan menggunakan indikator menurut Wirmie & Yosephine (2024:55) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Effective Tax Rate} = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Alasan peneliti menggunakan indikator tersebut dalam penelitian ini karena pengukuran *Cash Effective Tax Rate* baik gunakan untuk pengukuran penghindaran

pajak karena *Cash Effective Tax Rate* tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan, penilaian atau perlindungan pajak.

CETR menjadi salah satu kriteria yang penting dalam analisis perpajakan perusahaan yang mengukur rasio antara pembayaran pajak dengan laba sebelum pajak. Menurut Wirmie, et al., (2024:55) Perusahaan dapat dikategorikan melakukan penghindaran pajak apabila CETR lebih dari 25% dan perusahaan dapat dikategorikan tidak melakukan penghindaran pajak apabila CETR kurang dari 25%.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran menjadi landasan konseptual yang menjadi panduan bagi penelitian dan membantu untuk merumuskan pertanyaan penelitian, mengidentifikasi variabel yang relevan dan merancang metodologi penelitian yang sesuai. Menurut Hasan (2023:44), kerangka pemikiran adalah suatu konsep atau struktur konseptual yang digunakan untuk mengorganisasi pemikiran dan penelitian dalam suatu bidang tertentu. Kerangka pemikiran biasanya terdiri dari sejumlah konsep, teori, definisi, dan variabel yang membentuk dasar pemikiran dalam suatu topik atau masalah tertentu.

Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban warga negara dan peran serta Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan untuk membiayai negara dan pembangunan nasional. Melalui pembayaran pajak, warga negara dan Wajib Pajak memberikan kontribusi langsung kepada negara untuk memenuhi kebutuhan pemerintah dalam menyelenggarakan berbagai program dan kegiatan yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat dan pembangunan negara secara keseluruhan. Pemerintah selalu berupaya meningkatkan kepatuhan dalam

pembayaran pajak agar Wajib Pajak membayar pajaknya dengan tepat waktu. Sementara itu, perusahaan cenderung menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, ada kemungkinan pihak manajemen perusahaan akan melakukan upaya untuk menekan beban pajaknya dengan melakukan praktik penghindaran pajak.

Berbagai faktor dapat memengaruhi tingkat penghindaran pajak, termasuk pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan intensitas modal. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan yang terjadi antara pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan intensitas modal terhadap penghindaran pajak.

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

Pertumbuhan penjualan menunjukkan besaran volume peningkatan laba yang dihasilkan dari penjualan. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat, perusahaan cenderung memperoleh profit yang lebih besar, yang pada gilirannya meningkatkan beban pajak yang harus ditanggung. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak guna meminimalkan beban pajak tersebut.

Pernyataan ini didukung oleh konsep dan teori yang dikemukakan oleh Zaki dan Eny (2022:64), yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan, yang diukur sebagai peningkatan penjualan tahun ini dibandingkan dengan tahun sebelumnya, berhubungan erat dengan penghindaran pajak. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mempengaruhi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan

hal ini disebabkan oleh perolehan laba yang diterima oleh perusahaan yang akan meningkat.

Konsep keterhubungan antara pertumbuhan penjualan dan penghindaran pajak didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Penelitian lain oleh Redita, et al., (2022) juga menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaka & Purwatiningsih (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi & Clara (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap penghindaran pajak. Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Muti'ah, et al., (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penghindaran pajak.

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

Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ketika ukuran perusahaan lebih besar maka akan cenderung agresif pajak karena memiliki keunggulan baik secara ekonomi maupun politik yang mengakibatkan ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung meningkatkan penghindaran pajak karena adanya penyesuaian biaya penyusutan berdasarkan masa aset. Besar kecilnya aset memberikan pengaruh pada jumlah produktivitas sehingga akan memberikan pengaruh pada laba yang dihasilkan dan tentunya berdampak kepada pembayaran pajak perusahaan.

Pernyataan ini didukung oleh konsep dan teori yang dikemukakan oleh Siti (2020:209), yang menyatakan bahwa perusahaan dalam membayar pajak

dipengaruhi oleh ukuran perusahaan semakin besar ukuran perusahaan, dimana semakin besar nilai ukuran perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan semakin mampu untuk mengatur perpajakan dalam melakukan *tax saving* dalam kaitannya dengan penghindaran pajak. Rudy (2023:95) juga menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aset besar pasti akan mengeluarkan beban yang besar pula sehingga ukuran perusahaan berhubungan dengan penghindaran pajak. Selain itu, Tjia Siau (2022:192) perusahaan yang termasuk dalam skala perusahaan besar memiliki sumber daya yang melimpah yang dapat digunakan untuk tujuan tertentu. Perusahaan skala besar membayar pajak lebih rendah dari pada perusahaan dengan skala kecil karena perusahaan dengan skala besar memiliki lebih banyak sumber daya yang bisa digunakan untuk mengurangi pajak perusahaan.

Konsep keterhubungan antara ukuran perusahaan dan penghindaran pajak didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Deni, et al., (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara ukuran terhadap penghindaran pajak. Penelitian lain, yang dilakukan oleh Eko (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh William, et al., (2022) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Serta, hasil penelitian yang dilakukan oleh Melia, et al., (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

### 2.2.3 Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Penghindaran Pajak

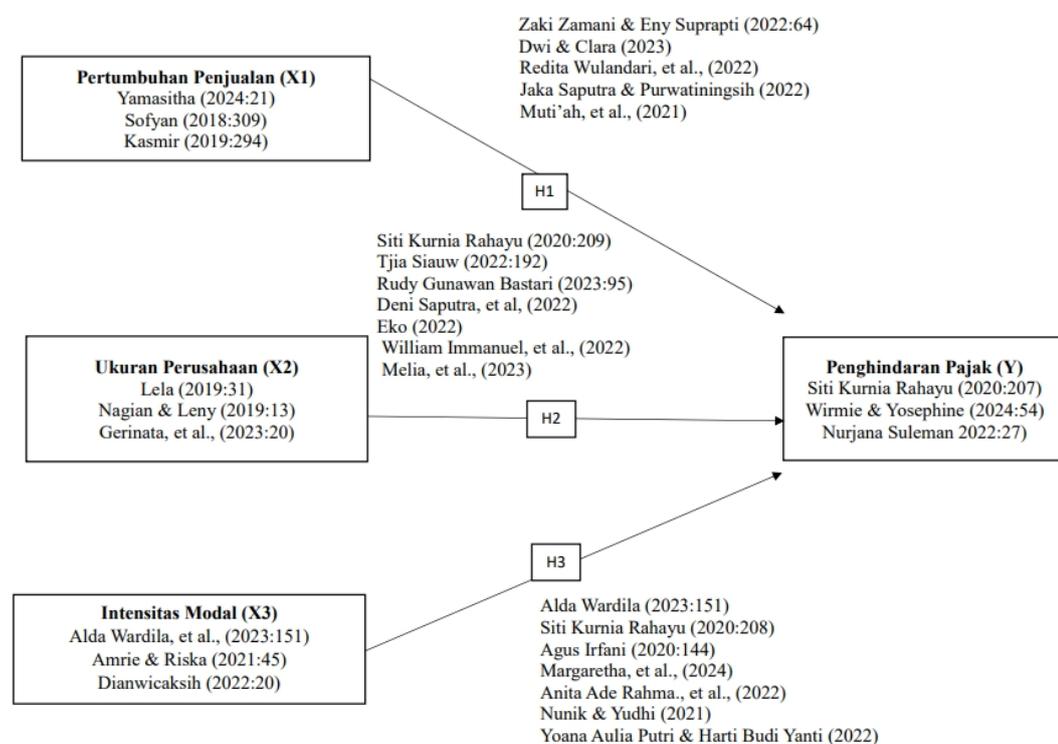
Intensitas modal dapat menunjukkan besarnya perusahaan dalam menginvestasikan aset tetap perusahaan. Aset tetap dapat dimanfaatkan untuk melaksanakan *tax avoidance* karena dapat mengurangi pembayaran pajak yang dibebankan perusahaan. Hal ini karena biaya penyusutan investasi aset tetap bersifat *deductible expense* yang dapat dikurangkan dari penghasilan sehingga beban pajak menjadi berkurang.

Pernyataan ini didukung oleh konsep dan teori yang dikemukakan oleh Siti (2020:208) yang menyatakan bahwa intensitas kepemilikan aktiva tetap dapat memberikan dampak kepada jumlah pajak yang harus dibayar. Perusahaan yang memiliki proporsi besar dalam aset tetapnya akan membayar pajak lebih rendah karena laba kotor perusahaan akan tereliminasi dengan pembebanan depresiasi. Agus Irfani (2020:144) juga menyatakan bahwa depresiasi merupakan salah satu dari unsur *tax deductible expense* atau beban yang dapat mengurangi pendapatan kena pajak sehingga pembayaran pajak akan lebih rendah. Selain itu, Alda Wardila, et al., (2023:151) menyatakan bahwa biaya penyusutan aset tetap dapat meminimalisir beban pajak terutang karena perusahaan dapat meningkatkan suatu biaya penyusutan aset tetap sehingga penyusutan yang diminimalisirkan terhadap laba sebelum pajak akan menyebabkan terjadinya perbandingan aset tetap dalam perusahaan yang mempengaruhi pajak perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Margaretha, et al., (2024) menunjukkan bahwa Intensitas Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anita, et al., (2022)

menunjukkan bahwa Intensitas Modal berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Nunik & Yudhi (2021) menyatakan bahwa Intensitas Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yoana & Harti (2022) menyatakan bahwa intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

### 2.3 Hipotesis

Pada bagian ini akan membahas terkait dengan hipotesis dalam penelitian ini. Menurut Muslich Ansori (2020:45) Hipotesis dapat dikatakan sebagai pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana

adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka penulis mengambil kesimpulan sementara (hipotesis) adalah sebagai berikut:

H1: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Penghindaran Pajak

H3: Intensitas Modal berpengaruh terhadap penghindaran pajak