

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pada bab kajian pustaka ini, dikemukakan teori-teori, hasil penelitian terdahulu dan publikasi umum berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti. Peneliti mengemukakan beberapa teori yang relevan dengan variabel-variabel penelitian yang menggunakan acuan terbaru dan mengutip hasil-hasil penelitian dari jurnal-jurnal ilmiah terbaru.

2.1.1 Ukuran Perusahaan

2.1.1.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total asset perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2009:5) ukuran perusahaan adalah

“The firm size can be calculated from total net sales, total asset, total debt, and total equity of the current year up to the next few years.”

Menurut Brigham dan Huston yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2011:418) Pengertian Ukuran Perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian”.

Menurut Kieso (2011:192) pengertian ukuran perusahaan, yaitu:

“Assets is a resource controlled by the entity as a result of past event and from which future economic benefits are expected to flow to the entity”.

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa aktiva adalah sumber daya yang dikendalikan oleh suatu perusahaan sebagai akibat peristiwa masalalu dan diharapkan akan mendapat manfaat ekonomi masa depan untuk perusahaan.

Menurut Scott dalam Torang (2012:93) pengetian ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan adalah suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi”.

Menurut Hartono (2015:254) ukuran perusahaan adalah:

“Besarnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari equity, nilai perusahaan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.

2.1.1.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut pasal 1 UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif 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 usaha 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.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur menurut pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah yaitu:

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	>2,5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.

Keputusan Ketua Bapepam No. Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus miliar rupiah, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang memiliki total aktiva di atas seratus milyar rupiah.

2.1.1.3 Jenis-Jenis Perusahaan

Sukirno (2011:190) menjelaskan bahwa organisasi perusahaan dapat dibedakan kedalam tiga bentuk organisasi yang pokok, yaitu:

1. Perusahaan perseorangan
Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh satu orang sehingga pemiliknya memiliki kebebasan yang tidak terbatas. Ia sepenuhnya menguasai perusahaan dan dapat melakukan apapun tindakan yang dianggapnya untuk menguntungkan usahanya.
2. Firma
Firma merupakan organisasi yang dimiliki oleh beberapa orang. Mereka sepakat untuk menjalankan suatu usaha dan membagi keuntungan yang diperoleh berdasarkan perjanjian yang telah disepakati bersama. Modal perusahaan berasal dari para anggotanya, adakalanya mereka juga meminjam modal dari lembaga-lembaga lain.
3. Perseroan Terbatas
Perusahaan-perusahaan besar kebanyakan berbentuk perseroan terbatas. Perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas dapat mengumpulkan modal dengan mengeluarkan saham.

Ketiga bentuk organisasi atau perusahaan tersebut merupakan badan usaha swasta yang artinya didirikan oleh orang atau badan swasta. Bentuk organisasi atau perusahaan tersebut bergerak pada kegiatan usaha yang berbeda-beda, sehingga bentuk perusahaan itu sendiri dapat dibagi menjadi beberapa kategori.

Menurut Hery (2016:2), ditinjau dari jenis usahanya (produk yang dijual), perusahaan dibedakan menjadi:

1. Perusahaan Manufaktur (*Manufacturing Business*).
Perusahaan jenis ini terlebih dahulu mengubah (merakit) *input* atau bahan mentah (*raw material*) menjadi output atau barang jadi (*finished goods/final good*), baru kemudian dijual kepada para pelanggan (distributor).
Contoh perusahaan manufaktur, diantaranya adalah: perusahaan perakitan mobil, komputer, perusahaan pembuat (pabrik) obat, tas, sepatu, pabrik penghasil keramik, dan sebagainya.
2. Perusahaan Dagang (*Merchandising Business*).
Perusahaan jenis ini menjual produk (barang jadi), akan tetapi perusahaan tidak membuat/menghasilkan sendiri produk yang akan dijualnya melainkan memperolehnya dari perusahaan lain.
Contoh perusahaan dagang diantaranya adalah: Indomaret, Alfa-Mart, Carrefour, Gramedia, dan sebagainya.

3. Perusahaan jasa (*service business*).

Perusahaan jenis ini tidak menjual barang tetapi menjual jasa kepada pelanggan. Contoh perusahaan jasa diantaranya adalah: perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan transportasi (jasa angkut), pelayanan kesehatan (rumah sakit) dan sebagainya.

2.1.1.4 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Bestivano (2013:6) ukuran perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil.

Menurut Hartono (2015:282) pengukuran ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai yaitu:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Assets$$

Keterangan: Ln = Logaritma natura

2.1.1.5 Definisi Aset

Definisi aset menurut Walter T. Harisson Jr. *et. al* yang dialihbahasakan oleh Gina Gania (2013:11) adalah sebagai berikut:

“Aset (*assets*) adalah sumber daya ekonomi yang dikendalikan oleh entitas yang diharapkan akan menghasilkan manfaat ekonomi di masa mendatang bagi entitas”.

Menurut James R. Reeve *et. al.* yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian (2013: 5) definisi aset adalah sebagai berikut:

“Aset (*assets*), kadang juga disebut aktiva atau harta, adalah sumber daya yang dimiliki oleh entitas bisnis. Sumber daya tersebut dapat berupa benda yang mempunyai wujud fisik, seperti kas dan bahan habis pakai, atau benda yang tidak berwujud tapi memiliki nilai, seperti hak paten”.

Menurut Firdaus A. Dunia (2013:26) pengertian aset adalah sebagai berikut:

“Aset adalah sumber daya yang dimiliki perusahaan yang memberi manfaat ekonomi di masa depan”.

Definisi aset menurut Sujarweni (2016:28) definisi aset adalah sebagai berikut:

“Harta/aktiva (*assets*) adalah setiap sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan berguna pada waktu sekarang dan waktu yang akan datang, diharapkan akan mendapat manfaat ekonomi di masa depan”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa aktiva/aset adalah sumber daya atau harta kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang diharapkan memberikan manfaat ekonomi di masa sekarang ataupun di masa depan bagi perusahaan

2.1.1.6 Jenis-Jenis Aset

Menurut Walter T. Harisson Jr. *et. al.* yang dialihbahasakan oleh Gina Gania (2013:20) terdapat dua kategori aset yang utama, yaitu:

1. “Aset lancar

2. Aset tidak lancar (yang kadang-kadang disebut juga sebagai jangka panjang)”.

Menurut Walter T. Harisson Jr. *et. al.* yang dialihbahasakan oleh Gina Gania (2013:20) definisi aset lancar adalah sebagai berikut:

“Aset lancar (*current assets*) adalah aset yang diharapkan akan dikonversi menjadi kas, dijual, atau dikonsumsi selama 12 bulan ke depan atau dalam siklus operasi bisnis. Aset lan car pada umumnya meliputi kas, investasi jangka pendek, piutang (juga disebut debitor), persediaan barang dagang, dan beban dibayar di muka”.

Menurut Walter T. Harisson Jr. *et. al.* yang dialihbahasakan oleh Gina Gania (2013:403) menjelaskan aset tidak lancar adalah sebagai berikut:

“Kategori utama asset jangka panjang atau tidak lancar adalah property, pabrik, dan peralatan (*property, plant and equipment =PPE*) dan asset tidak berwujud. Jenis- jenis asset tidak lancer adalah sebagai berikut :

- Properti, pabrik, dan peralatan (PPE), yang terkadang disebut aset tetap, adalah aset tidak lancar atau jangka panjang yang berwujud – misalnya, tanah, bangunan, dan peralatan. Aset tersebut digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administrasi; dan diharapkan akan digunakan selama lebih dari satu periode. Alokasi biaya PPE selama umur manfaatnya disebut penyusutan (*depreciation*).
- Aset tidak lancar konstruksi dalam pelaksanaan (*construction in progress*). Akun ini adalah “*placeholder*” bagi aset yang sedang dibangun. Begitu selesai, biaya aset yang telah diakumulasikan pada akun konstruksi dalam pelaksanaan kemudian dipindahkan ke akun properti, pabrik, dan peralatann/PPE (atau Aset Tidak Berwujud).
- Aset tidak berwujud (*intangible assets*) adalah aset nonmoneter yang dapat diidentifikasi tanpa substansi fisik. Nonmoneter berarti bahwa aset tidak diekspresikan dalam jumlah tetap atau jumlah uang yang dapat ditentukan. Aset tidak berwujud tersebut bersifat unik karena tidak memiliki fisik.
- Properti investasi (*Investment Properties*) sebagai aset lancar. Ini adalah kelas properti bertujuan khusus (tanah dan/atau bangunan) yang dipegang untuk menghasilkan sewa atau apresiasi modal atau keduanya, dan bukan untuk pemakaian yang terkait dengan penjualan, produksi, atau fungsi administrasi”.

2.1.2 Leverage

2.1.2.1 Definisi Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Pengetian *Leverage* atau rasio solvabilitas merupakan penggunaan aktiva atau dana dimana untuk penggunaan tersebut harus menutup atau membayar beban tetap. *Leverage* tersebut harus menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya

Menurut Agus Sartono (2012:257) *leverage* adalah

“Penggunaan assets dan sumber dana (source of funds) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.”

Menurut Van Horne dan Wachoviz (2009 :138) *leverage* adalah

“Kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajibannya apabila dilikuidasi.”

Menurut Fahmi (2015:72) rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

“Rasio *leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang”.

Kasmir (2013:151) menyatakan rasio solvabilitas atau *leveage ratio* adalah sebagai berikut:

“Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan

perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Mamduh M. Hanif dan Abdul Halim (2016:79) menyatakan bahwa rasio solvabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak solvabel adalah perusahaan yang total utangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. Rasio ini mengukur likuiditas jangka panjang perusahaan dan dengan demikian memfokuskan pada sisi kanan neraca”.

Berdasarkan definisi diatas, menunjukkan bahwa *leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Penggunaan rasio solvabilitas atau rasio *leverage* bagi perusahaan memberikan banyak manfaat yang dapat dipetik, baik rasio rendah maupun rasio tinggi. Menurut Fred Weston dalam Kasmir (2013:152) rasio solvabilitas memiliki beberapa implikasi berikut:

1. “Kreditor mengharapkan ekuitas (dana yang disediakan pemilik) sebagai margin keamanan. Artinya jika pemilik memiliki dana yang kecil sebagai modal, risiko bisnis terbesar akan ditanggung oleh kreditor.
2. Dengan pengadaan dana melalui utang, pemilik memperoleh manfaat, berupa tetap dipertahankannya penguasaan atau pengendalian perusahaan.
3. Bila perusahaan mendapat penghasilan lebih dari dana yang dipinjamkannya dibandingkan dengan bunga yang harus dibayarnya, pengembalian kepada pemilik diperbesar”.

Dalam peraktiknya, apabila dari hasil perhitungan perusahaan ternyata memiliki rasio solvabilitas yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya risiko kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba juga besar. Sebaliknya apabila perusahaan memiliki rasio solvabilitas lebih rendah tentu

mempunyai risiko kerugian lebih besar pula, terutama pada saat perekonomian menurun. Dampak ini juga mengakibatkan rendahnya tingkat hasil pengembalian (return) pada saat perekonomian tinggi.

Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio solvabilitas dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang dihadapi. Perlu dicermati pula bahwa besar kecilnya risiko ini sangat tergantung dari pinjaman yang dimiliki perusahaan, disamping aktiva yang dimilikinya (ekuitas).

2.1.2.2 Jenis-Jenis *Leverage*

Data Menurut Agus Sartono (2012:457) jenis –jenis leverage yaitu

“*Leverage* dibedakan menjadi dua yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*.”

Berikut ini penjelasan *operating leverage* dan *financial leverage* :

1. *Operating Leverage*

Menurut Van Horne dan Wachoviz (2009 :420) *operating leverage* adalah

“*Operating leverage is present any time a firm has fixed operating costs – regardless of volume.*”

Menurut Brigham dan Houston (2009:421) *operating leverage* adaah

“*The extent to which fixed costs are used in a firm’s operations.*”

Menurut Hanafi (2009:329) *operating leverage* adalah

“*Operating leverage* bisa diartikan sebagai seberapa besar perusahaan menggunakan beban tetap operasional.”

2. *Financial Leverage*

Menurut Sartono (2008:263) *financial leverage* adalah

“Penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan beranggapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan.”

Menurut Van Horne dan Wachoviz (2009 :427) *financial leverage* adalah

“*The extent to which fixed income securities (debt and preferred stock) are used in a firm’s capital structure.*”

Menurut Bambang Riyanto (2008:375) *financial leverage* adalah

“Penggunaan dana dengan beban tetap dengan harapan untuk memperbesar pendapatan per lembar saham biasa atau earning per share.”

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Rasio Solvabilitas atau *Leverage Ratio*

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua

modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi. Namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Kasmir (2013:153) beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio solvabilitas yakni:

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva;
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. Tujuan lainnya”.

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

1. “Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
 2. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
 3. Untuk menganalisis keseimbangan antar nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
 4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
 5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva;
 6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
 7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri; dan
 8. manfaat lainnya.
- Intinya adalah dengan analisis rasio solvabilitas atau *leverage ratio*, perusahaan akan mengetahui beberapa hal berkaitan dengan

penggunaan modal sendiri dan modal pinjaman serta mengetahui rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya. Setelah diketahui, manajer keuangan dapat mengambil kebijakan yang dianggap perlu guna menyeimbangkan penggunaan modal. Akhirnya, dari rasio ini kinerja manajemen selama ini akan terlihat apakah sesuai tujuan perusahaan atau tidak”.

2.1.2.4 Jenis-Jenis Metode Pengukuran *Leverage Ratio*

Menurut Fahmi (2015:72) rasio *leverage* secara umum adalah sebagai berikut:

- a. “*Debt To Total Assets* atau *Debt Ratio*
Dimana Rasio ini disebut juga sebagai rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan, yaitu diperoleh dari perbandingan total utang dibagi dengan total asset. Adapun rumus *debt to total assets* atau *debt ratio* adalah:

$$\frac{\text{Total debt}}{\text{Total assets}}$$

Keterangan:

- *Total Liabilities* = Total Utang
- *Total Assets* = Total Aset

- b. *Debt to Equity Ratio*
Mengenai *debt equity ratio* ini Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikannya sebagai “Ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor”. Mengatakan adapun rumus *debt equity ratio* adalah:

$$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders' Equity}}$$

Keterangan:

- *Total Shareholder Equity* = Total Modal Sendiri

- c. *Time Interest Earned*
Time Interest Earned disebut juga dengan rasio kelipatan. Adapun rumus *time interes earned* adalah:

$$\frac{\text{Earning Before Interest and Tax (EBIT)}}{\text{Interest Expense}}$$

Keterangan:

- *Earning Before Interest and Tax* (EBIT) = Laba Sebelum bunga dan Pajak
 - *Interest Expense* = Beban Bunga
- d. *Cash Flow Choverage*
Cash flow coverage adalah:

$$\frac{\text{Fixed cost} + \text{Aliran kas masuk} + \text{Depreciation}}{(1 - \text{Tax})(1 - \text{Tax})} + \text{Dividen saham preferen}$$

Keterangan:

- Depreciation = Depresiasi atau Penyusutan
 - Fixed Cost (FC) = Beban Tetap
 - Tax = Pajak
- e. *Long Term Debt to Equity Ratio*
Long term debt to total capitalization disebut juga dengan utang jangka panjang/total kapitalisasi. *Long term debt* merupakan sumber dana pinjaman yang bersumber dari utang jangka panjang, seperti obligasi dan sejenisnya. Adapun rumus *long-term debt to total capitalization* adalah:

$$\frac{\text{Long - term debt}}{\text{Long - term debt} + \text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Keterangan:

- *Long-term debt* = Utang Jangka Panjang
- f. *Fixed Charge Coverage*
Fixed charge coverage disebut juga dengan rasio menutup beban tetap. Rasio menutup beban tetap adalah ukuran yang lebih luas dari kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga karena termasuk pembayaran beban bunga tetap yang dikenakan dengan sewa guna usaha. Adapun rumus *fiked charge coverage* adalah:

$$\frac{\text{Laba Usaha} + \text{Beban Bunga}}{\text{Biaya bunga} + \text{Beban Sewa}}$$

g. *Cash Flow Adequacy*

Cash flow adequacy disebut juga dengan rasio kecukupan arus kas. Kecukupan arus kas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menutup pengeluaran modal, utang jangka panjang, dan pembayaran dividen setiap tahunnya”.

Adapun rumus *cash flow adequacy* adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Arus kas dari aktivitas operasi}}{\text{Pengeluaran modal} + \text{pelunasan utang} + \text{bayar dividen}}$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Menurut Kasmir (2013:158) mengemukakan bahwa:

“*Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

2.1.3 Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

2.1.3.1 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran, agar perusahaan mendapatkan laba agar kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan. Berikut pengertian penjualan menurut beberapa ahli:

Menurut Mulyadi (2010:18) penjualan adalah

“Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari penjualan barang atau jasa baik secara kredit maupun secara tunai.”

Menurut Soemarso (2009:160) penjualan adalah

“Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan yang bersangkutan.”

Menurut Basu Swasta (2015:8) penjualan adalah

“Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan”.

Berdasarkan beberapa konsep definisi penjualan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan proses menjual barang kepada pembeli untuk memperoleh keuntungan.

2.1.3.2 Tujuan Penjualan

Data Basu Swasta dan Irawan (2010:80) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu:

1. “Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.”

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi

dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

2.1.3.3 Jenis dan Bentuk Penjualan

Data Menurut Basu Swasta jenis-jenis penjualan yaitu:

“Trade selling, missionary selling, technical selling, new business selling, responsive selling.”

Basu Swasta (2015:11) mengelompokkan jenis-jenis penjualan sebagai berikut:

1. *“Trade selling*, penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.
2. *Missionary selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang – barang dari penyalur perusahaan.
3. *Technical selling*. berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
4. *New business selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
5. *Responsive selling*, setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retailing*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalannya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.”

2.1.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Basu Swastha (2015:129) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan yaitu

“Faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain.”

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, Harga produk, Syarat penjualan seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
2. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
3. Daya beli.
4. Frekuensi pembelinya.
5. Keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Untuk memperkenalkan barangnya kepada pembeli atau konsumen diperlukan adanya usaha promosi, alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya tidak sekomplek perusahaan-perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka

diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Oleh karena itu perusahaan melakukan upaya agar para pembeli tertarik pada produknya.

2.1.3.5 Definisi Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

Definisi *sales growth* menurut Subramanyam (2014:487) adalah sebagai berikut:

“Analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factors, including (1) price changes, (2) volume changes, (3) acquisitions/divestitures, and (4) changes in exchange rates. A company’s Management’s Discussion and Analysis section usually offers insights into the causes of sales growth.”

Definisi pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2012:107) adalah sebagai berikut:

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

Definisi *sales growth* menurut Widarjo dan Setiawan (2009) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya.”

Definisi *sales growth* menurut Carvalho and Costa (2014) adalah sebagai berikut:

“Sales growth: refers to the increased sales and services between the current and previous year in percentage”.

Berdasarkan definisi di atas sampai pada pemahaman penulis bahwa *sales growth* menggambarkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Tingginya tingkat *sales growth* menunjukkan semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Pertumbuhan Penjualan sering menggambarkan keberhasilan suatu perusahaan.

Pertumbuhan penjualan sering mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Baumgartner, Hatami, et al. (2016:116), pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit atau kas. Variabel pertumbuhan penjualan didasarkan pada argumen bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan tingkat produktivitas terpasang yang siap beroperasi serta mencerminkan kapasitas saat ini yang dapat diserap pasar dan mencerminkan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan perusahaan menjadi sebuah indikator untuk daya saing perusahaan dalam industri. Pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi kemampuan untuk mendapatkan untung dan mempertahankan untung untuk mendanai investasi di masa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat berarti kinerja yang dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

2.1.3.6 Metode Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2012:107) rasio pertumbuhan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

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

2.1.4 Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

2.1.4.1 Definisi Pajak

Pengertian pajak berdasarkan Pasal 1 UU No. 28 Tahun 2007 yaitu:

“Pajak adalah kontribusi kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran

Menurut Supramono dan Damayanti (2015:2) pajak didefinisikan sebagai berikut :

“Pajak merupakan iuran tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran- pengeluaran umum”.

Menurut Rochmat Soemitro dalam Resmi (2014:1) definisi pajak adalah sebagai berikut:

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Definisi tersebut kemudian disempurnakan menjadi:

“Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”-nya digunakan untuk

publik saving yang merupakan sumber utama untuk membiayai *publik investment*”.

Secara umum pajak dapat diartikan sebagai pungutan yang dilakukan oleh pemerintah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang hasilnya digunakan untuk pembiayaan dan pengeluaran umum pemerintah yang balas jasanya tidak langsung dirasakan oleh masyarakat.

2.1.4.2 Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Terdapat dua fungsi pajak menurut Resmi (2014: 3) yaitu:

“a. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

b. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan”.

2.1.4.3 Jenis-Jenis Pajak

Dalam Agoes dan Estralita Trisnawati (2013:7), pajak dapat dibagi

menjadi beberapa menurut golongannya, sifatnya, dan lembaga pemungutnya, antara lain:

1. Menurut sifatnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
 - a) Pajak langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan oleh pihak lain dan menjadi beban langsung Wajib Pajak (WP) yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh).
 - b) Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
2. Menurut sasaran/objeknya, pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
 - a) Pajak subjektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya yang dilanjutkan dengan mencari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri WP. Contoh: PPh.
 - b) Pajak objektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objek tanpa memperhatikan keadaan diri WP. Contohnya : PPN, PPnBM, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Materai (BM).
3. Menurut pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
 - a) Pajak pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah pusat. Contohnya : PPh, PPN, PPnBM, PBB, dan BM.

Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah daerah. Contohnya : Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Restoran, dan Pajak Kendaraan Bermotor.

2.1.4.4 Tata Cara Pemungutan Pajak

Ada beberapa tata cara pemungutan pajak menurut Resmi (2014: 8), diantaranya :

“1. Stelsel Pajak

Pemungutan pajak dapat dilakukan dengan tiga stelsel, yaitu:

- a. Stelsel Nyata (Riil). Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada objek yang sesungguhnya terjadi (untuk PPh maka objeknya adalah penghasilan). Oleh karena itu, pemungutan pajaknya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak, yaitu setelah semua penghasilan yang sesungguhnya dalam suatu tahun pajak diketahui. Kelebihan stelsel nyata adalah penghitungan pajak didasarkan pada penghasilan yang sesungguhnya sehingga lebih akurat dan realistis.
- b. Stelsel Anggapan (Fiktif). Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang. Sebagai contoh, penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan penghasilan tahun sebelumnya, sehingga pajak yang terutang pada suatu tahun juga dianggap sama dengan yang terutang tahun sebelumnya. Dengan stelsel ini, berarti besarnya pajak yang terutang pada tahun berjalan sudah dapat ditetapkan atau diketahui pada awal tahun yang bersangkutan.
- c. Stelsel Campuran. Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan. Pada awal tahun, besarnya pajak dihitung berdasarkan suatu anggapan, kemudian pada akhir tahun besarnya pajak dihitung berdasar keadaan yang sesungguhnya. Jika besarnya pajak berdasar keadaan sesungguhnya lebih besar daripada besarnya pajak menurut anggapan, Wajib Pajak harus membayar kekurangan tersebut. Sebaliknya, jika besarnya pajak sesungguhnya lebih kecil daripada besarnya pajak menurut anggapan, kelebihan tersebut dapat diminta kembali (restitusi) ataupun kompensasikan pada tahun-tahun berikutnya, setelah diperhitungkan dengan utang pajak yang lain.

2. Asas Pemungutan Pajak

Terdapat tiga asas pemungutan pajak, yaitu:

- a. Asas Domisili (Asas Tempat Tinggal)

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atau seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Setiap Wajib Pajak yang berdomisili atau bertempat tinggal di wilayah Indonesia (Wajib Pajak dalam Negeri) dikenakan pajak atas seluruh penghasilan yang diperolehnya baik dari Indonesia maupun dari luar Indonesia.

b. Asas Sumber

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memerhatikan tempat tinggal Wajib Pajak. Setiap orang yang memperoleh penghasilan dari Indonesia dikenakan pajak atas penghasilan yang diperolehnya tadi.

c. Asas Kebangsaan

Asas ini menyatakan bahwa pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara. Misalnya, pajak bangsa asing di Indonesia dikenakan atas setiap orang asing yang bukan berkebangsaan Indonesia, tetapi bertempat tinggal di Indonesia.

3. Sistem Pemungutan Pajak

Dalam memungut pajak dikenal beberapa sistem pemungutan, yaitu:

a. *Official Assesment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan (peranan dominan ada pada aparatur perpajakan).

b. *Self Assesment System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang Wajib Pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan Wajib Pajak. Wajib Pajak dianggap mampu menghitung pajak, mampu memahami undang-undang perpajakan yang sedang berlaku, dan

mempunyai kejujuran yang tinggi, serta menyadari akan arti pentingnya membayar pajak.

c. *With Holding System*

Sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penunjukan pihak ketiga ini dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan perpajakan, keputusan presiden, dan peraturan lainnya untuk memotong serta memungut pajak, menyetor, dan mempertanggungjawabkan melalui sarana perpajakan yang tersedia. Berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada pihak ketiga yang ditunjuk.

2.1.4.5 Hambatan Pemungutan Pajak

Menurut Agus Sambodo (2015:8) Perlawanan terhadap pajak tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

“A. Perlawanan Pasif

Perlawanan pajak secara pasif berupa hambatan yang mempersulit pemungutan pajak dan mempunyai hubungan dengan struktur ekonomi suatu negara, perkembangan intelektual dan moral penduduk dan teknik pemungutan pajak itu sendiri.

B. Perlawanan Aktif

Perlawanan aktif secara nyata terlihat pada semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditujukan kepada pemerintah dengan tujuan untuk menghindari pajak.

2.1.4.6 Manajemen Pajak

Pajak merupakan salah satu penerimaan negara. Namun, bagi perusahaan pajak merupakan suatu beban yang harus ditanggung perusahaan. Beban pajak bagi perusahaan merupakan pengurang bagi laba. Sedangkan tujuan perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin. Oleh sebab itu, perusahaan mencari upaya untuk meminimalkan beban pajak. menurut Pohan (2013:3), salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha adalah: “dengan meminimalkan beban pajak dalam batas yang tidak melanggar aturan, karena pajak merupakan salah satu faktor pengurang laba.”

Menurut Pohan (2016:13) manajemen perpajakan adalah:

“Usaha menyeluruh yang dilakukan *tax manager* dalam suatu perusahaan atau organisasi agar hal-hal yang berhubungan dengan perpajakan dari perusahaan atau organisasi tersebut dapat dikelola dengan baik, efisien dan ekonomis, sehingga memberi kontribusi maksimum bagi perusahaan”.

Menurut Lumbantoruan (1996) dalam Suandy (2011:6) manajemen pajak adalah:

“Sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan”.

Dari definisi di atas, dapat diketahui bahwa manajemen pajak merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh *tax manager* untuk memenuhi kewajiban perpajakan sehingga pemenuhannya dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien tetapi jumlah pajak yang dibayarkan ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba yang diharapkan.

Menurut Pohan (2016:10) strategi yang dapat ditempuh untuk mengefisiensikan beban pajak secara legal yaitu:

1. “Penghematan pajak (*tax saving*)
2. Penghindaran pajak (*tax avoidance*)
3. Penundaan pembayaran pajak
4. Mengoptimalkan kredit pajak yang diperkenankan
5. Menghindari pemeriksaan pajak dengan cara menghindari lebih bayar
6. Menghindari pelanggaran pajak terhadap peraturan yang berlaku”.

2.1.4.7 Definisi Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

Menurut Brown (2012:1), *Tax Avoidance* adalah :

“arrangement of a transaction in order to obtain a tax advantage, benefit or reduction in a manner unintended by the tax law”.

Menurut Harry Graham Balter dalam Iman Santoso dan Ning Rahayu (2013:3) penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah sebagai berikut:

“ Penghindaran pajak mengandung arti sebagai usaha yang dilakukan oleh wajib pajak – apakah berhasil atau tidak – untuk mengurangi atau sama sekali menghapus utang pajak yang tidak melanggar ketentuan peraturan perundang – undangan perpajakan”.

Menurut Dyreng, 2010 dalam Budiman dan Setiyono, 2015 Penghindaran pajak adalah sebagai berikut:

Penghindaran pajak merupakan usaha untuk mengurangi, atau bahkan meniadakan hutang pajak yang harus dibayar perusahaan dengan tidak melanggar undang-undang yang ada.

Menurut N.A. Barr, S.R James, A.R. Prest dalam Iman Santoso dan Ning Rahayu (2013:4) penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah sebagai berikut:

“Penghindaran pajak diartikan sebagai manipulasi penghasilan secara legal yang masih sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang”.

Menurut Robert H. Anderson dalam Iman Santoso dan Ning Rahayu (2013:4) penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah sebagai berikut:

“Penghindaran pajak adalah cara mengurangi pajak yang masih dalam batas ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan, terutama melalui perencanaan pajak”.

Menurut Suandy (2011:7), Penghindaran Pajak adalah sebagai berikut:

“rekayasa ‘tax affairs’ yang masih tetap berada dalam bingkai ketentuan perpajakan. Penghindaran pajak dapat terjadi di dalam bunyi ketentuan atau tertulis di undang-undang dan berada dalam jiwa dari undang-undang tetapi berlawanan dengan jiwa undnag-undang”.

Menurut Pohan (2016:23), *tax avoidance* merupakan:

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

Dari penjelasan mengenai *tax avoidance* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *tax avoidance* merupakan upaya penghindaran pajak yang memberikan efek terhadap kewajiban pajak yang dilakukan dengan cara masih tetap dalam bingkai ketentuan perpajakan. Metode dan teknik dilakukan dengan

memanfaatkan kelemahan-kelemahan dalam undang-undang dan peraturan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang.

Menurut Komite urusan fiskal dari *Organization for Economic Cooperation* (OECD) (*Coancil of Executive Secretaries of Tax Organization* (1991) dalam Suandy (2011:7) terdapat tiga karakter dari *tax avoidance* sebagai berikut:

1. “Adanya unsur *artificial arrangement*, dimana berbagai pengaturan seolah-olah terdapat didalamnya padahal tidak, dan ini dilakukan karena ketiadaan faktor pajak.
2. Skema semacam ini sering memanfaatkan *loopholes* (celah) dari undang-undang atau menerapkan ketentuan-ketentuan legal berbagai tujuan, yang berlawanan dari isi undang-undang sebenarnya.
3. Kerahasiaan juga sebagai bentuk dari skema ini dimana umumnya para konsultan menunjukkan alat atau cara untuk melakukan penghindaran pajak dengan syarat wajib pajak menjaga serahasia mungkin”.

2.1.4.8 Cara Melakukan Penghindaran Pajak

Di penelitian Hoque, et al. (2011) dalam Surbakti (2012) diungkapkan beberapa cara perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu sebagai berikut:

- a) Menampakkan laba dari aktivitas operasional sebagai laba dari modal sehingga mengurangi laba bersih dan utang pajak perusahaan tersebut.
- b) Mengakui pembelanjaan modal sebagai pembelajaan operasional dan membebankan yang sama terhadap laba bersih sehingga mengurangi utang pajak perusahaan.
- c) Membebankan biaya personal sebagai biaya bisnis sehingga mengurangi laba bersih.
- d) Membebankan depresiasi produksi yang berlebihan di bawah nilai penutupan peralatan sehingga mengurangi laba kena pajak.
- e) Mencatat pembuangan yang berlebihan dari bahan baku dalam industri manufaktur sehingga mengurangi laba kena pajak.”

Selain itu, penghindaran pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara menurut Merks (2007) dalam Prakosa (2014) sebagai berikut:

- “a) Memindahkan subjek pajak dan/atau objek pajak ke negara-negara yang memberikan perlakuan pajak khusus atau keringanan pajak (*tax haven country*) atas suatu jenis penghasilan (*substantive tax planning*).
- b) Usaha penghindaran pajak dengan mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi melalui pemilihan formal yang memberikan beban pajak yang paling rendah (*formal tax planning*).
- c) Ketentuan anti *avoidance* atas transaksi *transfer pricing, thin capitalization, treaty shopping, dan controlled foreign corporation (Specific Anti Avoidance Rule)*, serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*General Anti Avoidance Rule*).”

Penghindaran pajak bukannya bebas biaya. Beberapa biaya yang harus ditanggung yaitu pengorbanan waktu dan tenaga untuk melakukan penghindaran pajak, dan adanya risiko jika penghindaran pajak terungkap. Risiko ini mulai dari yang dapat dilihat yaitu bunga dan denda; dan yang tidak terlihat yaitu kehilangan reputasi perusahaan yang berakibat buruk untuk kelangsungan usaha jangka panjang perusahaan.

2.1.4.9 Pengukuran Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

Data Saat ini sudah banyak cara dalam pengukuran *tax avoidance*. Setidaknya terdapat dua belas cara yang dapat digunakan dalam mengukur *tax avoidance* yang umumnya digunakan (Hanlon dan Heitzman, 2010), di mana disajikan dalam Tabel 2.1

Tabel 2.2
Pengukuran Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

No	Pengukuran	Cara Perhitungan	Keterangan
1	GAAP ETR	$\frac{\text{Worldwide Total income tax expense}}{\text{worldwide total pre – tax accounting income}}$	Total tax expense per dollar of pre-tax book income
2	Current ETR	$\frac{\text{Worldwide current income tax expense}}{\text{worldwide total pre – tax accounting income}}$	Current tax expense

			<i>per dollar of pre-tax book income</i>
3	<i>Cash ETR</i>	$\frac{\text{Worldwide cash taxes expense}}{\text{worldwide total pre – tax accounting income}}$	<i>Cash taxes paid per dollar of pre-tax book income</i>
4	<i>Long-run cash ETR</i>	$\frac{\text{Worldwide cash taxes expense}}{\text{worldwide total pre – tax accounting income}}$	<i>Sum of cash taxes paid over n years divided by the sum of pre-tax earnings over n years</i>
5	<i>ETR Differential</i>	<i>Statutory ETR-GAAP ETR</i>	<i>The difference of between the statutory ETR and firm's GAAP ETR</i>
6	<i>DTAX</i>	<i>Error term from the following regression: ETR differential x Pre-tax book income = a + b x Control + e</i>	<i>The unexplained portion of the ETR differential</i>
7	<i>Total BTD</i>	$\text{Pre-tax book income} - ((\text{U.S. CTE} + \text{Fgn CTE})/\text{U.S. STR}) - (\text{NOL}_t - \text{NOL}_{t-1})$	<i>The total difference between book and taxable income</i>
8	<i>Temporary BTD</i>	$\text{Deferred tax expense}/\text{U.S.STR}$	<i>The total difference between book and taxable income</i>
9	<i>Abnormal total BTD</i>	$\text{Residual from } \text{BTD}/\text{TA}_{it} = \beta \text{TA}_{it} + \beta m_i + e_{it}$	<i>A measure of unexplained total book-tax differences</i>
10	<i>Unrecognized tax benefits</i>	<i>Disclosed amount post-FIN48</i>	<i>Tax liability accrued for taxes not yet paid on uncertain positions</i>
11	<i>Tax shelter</i>	<i>Indicator variable for firms accused of engaging</i>	<i>Firms identified via</i>

	<i>activity</i>	<i>in a tax shelter</i>	<i>firm disclosure, the press, or IRS confidential data</i>
12	<i>Marginal tax rate</i>	<i>Simulated marginal tax rate</i>	<i>Present value of taxes on an additional dollar of income</i>

Sumber: Hanlon dan Heitzman (2010)

Menurut Dyreng, *et al* (2010) dalam Handayani (2015), variabel penghindaran pajak dihitung melalui CETR (*Cash Effective Tax Rate*) perusahaan yaitu kas yang dikeluarkan untuk biaya pajak dibagi dengan laba sebelum pajak.

Rumus untuk menghitung CETR menurut Dyreng, *et al* (2010) dalam Rinaldi (2015) adalah sebagai berikut:

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Keterangan:

Pembayaran pajak (*Cash tax paid*) adalah jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan berdasarkan laporan keuangan arus kas perusahaan.

Semakin besar CETR ini mengindikasikan semakin rendah tingkat penghindaran pajak perusahaan (Judi Budiman dan Setiyono, 2012). Pengukuran *tax avoidance* menggunakan *Cash ETR* menurut Dyreng, *et. al* (2010) dalam Simarmata (2014), baik digunakan untuk:

“Menggambarkan kegiatan penghindaran pajak oleh perusahaan karena *Cash ETR* tidak terpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak. Selain itu pengukuran menggunakan *Cash ETR* dapat menjawab atas permasalahan dan

keterbatasan atas pengukuran *tax avoidance* berdasarkan model GAAP ETR. Semakin kecil nilai *Cash ETR*, artinya semakin besar penghindaran pajaknya, begitupun sebaliknya.”

Menurut Simarmata (2014), terdapat permasalahan atau keterbatasan yang

muncul dari perhitungan berdasarkan model GAAP ETR tersebut antara lain:

- “a. GAAP ETR hanya berdasarkan pada data 1 periode, dimana ada kemungkinan terjadinya variasi dalam ETR tahunan. Hal tersebut dapat menyebabkan kebiasaan dalam perhitungan dan perilaku *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan.
- b. *Tax Expense* merupakan jumlah dari beban pajak tangguhan yang menggambarkan jumlah pajak yang akan datang sebagai konsekuensi atas adanya *temporary different*. Oleh sebab itu, GAAP ETR tidak dapat mencerminkan *tax avoidance* perusahaan.”

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) telah banyak dijadikan sebagai objek penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya telah banyak diuji oleh peneliti sebelumnya. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *tax avoidance* diantaranya sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan yang diteliti oleh Rinaldi dan Charoline Cheisviyanny (2015), Raemona Tuah Munandar (2015), Gusti Maya Sari (2014), Tommy Kurniasih dan Maria M. Ratna Sari (2013), Melisa Fadila (2016), Laila Marfu'ah (2015), Eva Musyarofah (2016).
2. *Leverage* yang dieliti oleh Raemona Tuah Munandar (2015), Wirna Yola Agusti (2014), Tommy Kurniasih dan Maria M. Ratna Sari (2013), Melisa Fadila (2016), Laila Marfu'ah (2015), Eva Musyarofah (2016), Ria Rosalia Purnomo (2016).

3. Sales Growth yang diteliti oleh Ida Ayu Rosa Dewinta dan Putu Ery Setiawan (2016), Budiman dan Setiyono (2012).
4. Profitabilitas yang diteliti oleh Rinaldi dan Charoline Cheisviyanny (2015), Wirna Yola Agusti (2014), Ria Rosalia Purnomo (2016).
5. *Corporate Governance* yang diteliti oleh Wirna Yola Agusti (2014), Tommy Kurniasih dan Maria M. Ratna Sari (2013),
6. Kepemilikan Institusional yang diteliti oleh Gusti Maya Sari (2014), Melisa Fadila (2016).

Tabel 2.3
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Tax Avoidance*
Berdasarkan Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Tahun	Ukuran Perusahaan	<i>Leverage</i>	<i>Sales Growth</i>	Profitabilitas	<i>Corporate Governance</i>	Kepemilikan Institusional
1	Rinaldi & Charoline Cheisviyanny	2015	✓	–	×	✓	–	–
2	Raemona Tuah Munandar	2015	✓	×	×	–	–	–
3	Gusti Maya Sari	2014	✓	–	×	–	–	×
4	Tommy Kurniasih & Maria M. Ratna Sari	2013	✓	×	×	–	×	–
5	Melisa Fadila	2016	✓	×	×	–	–	✓
6	Laila Marfu'ah	2015	✓	✓	×	–	–	–
7	Eva Musyarofah	2016	✓	✓	×	–	–	–
8	Wirna Yola Agusti	2014	–	×	×	✓	×	–
9	Ria Rosalia Purnomo	2016	–	✓	×	×	–	–

10	Ida Ayu Rosa Dewinta & Putu Ery Setiawan	2016	✓	-	✓	✓	×	×
11	Calvin Swingly & I Made Sukartha	2014	✓	-	✓	×	×	×

Keterangan:

- ✓ : Berpengaruh
- X : Tidak berpengaruh
- : Tidak diteliti

2.3 Kerangka Pemikiran

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat sebagaimana tercantum pada Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1. Perusahaan merupakan wajib pajak, namun pajak dari sisi perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan karena pajak dianggap beban yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Masri dan Martani, 2012). Hal tersebut akan menyebabkan timbulnya upaya perusahaan untuk melakukan *tax avoidance* (penghindaran pajak).

Tax avoidance (Penghindaran pajak) merupakan upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, di mana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*grey area*) yang

terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang (Pohan, 2016:23).

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

- “1. Kesempatan (*opportunities*)
Adanya sistem *self assessment* yang merupakan sistem yang memberikan kepercayaan penuh terhadap wajib pajak (WP) untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakan kepada fiskus. Hal ini memberikan kesempatan kepada wajib pajak untuk melakukan tindakan penghindaran pajak.
2. Lemahnya penegakan hukum (*low enforcement*)
Wajib Pajak (WP) berusaha untuk membayar pajak lebih sedikit dari yang seharusnya terutang dengan memanfaatkan kewajaran interpretasi hukum pajak. Wajib pajak memanfaatkan *loopholes* yang ada dalam peraturan perpajakan yang berlaku (*lawfull*).
3. Manfaat dan biaya (*level of penalty*)
Perusahaan memandang bahwa penghindaran pajak memberikan keuntungan ekonomi yang besar dan sumber pembiayaan yang tidak mahal. Di dalam perusahaan terdapat hubungan antara pemegang saham, sebagai prinsipal, dan manajer, sebagai agen. Pemegang saham, yang merupakan pemilik perusahaan, mengharapkan beban pajak berkurang sehingga memaksimalkan keuntungan.
4. Bila terungkap masalahnya dapat diselesaikan (*negotiated settlements*)
Banyaknya kasus terungkapnya masalah penghindaran pajak yang dapat diselesaikan dengan bernegosiasi, membuat wajib pajak merasa leluasa untuk melakukan praktik penghindaran pajak dengan asumsi jika terungkap masalah dikemudian hari akan dapat diselesaikan melalui negosiasi.”

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance*. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan variabel independen, variabel dependen yang digunakan adalah *tax avoidance* yang diukur dengan menggunakan perhitungan *cash effective tax rate* (CETR). Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan.

Selanjutnya akan dijelaskan pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance* adalah sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Tax Avoidance*

Menurut Nicodeme (2007) dalam Darmadi (2013), Ukuran perusahaan menunjukkan kestabilan dan kemampuan perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya. Perusahaan yang besar tentu memiliki banyak sumber daya manusia yang ahli dalam pengelolaan beban pajaknya jika di bandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan berskala kecil tidak dapat optimal dalam mengelola beban pajaknya dikarenakan kekurangan ahli dalam perpajakan. Banyaknya sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan berskala besar maka akan semakin besar biaya pajak yang dapat dikelola oleh perusahaan.

Raemona Tuah Munandar (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan kestabilan dan kemampuan perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin menjadi pusat perhatian dari pemerintah dan akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer perusahaan untuk berlaku patuh atau agresif dalam perpajakan. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar ukuran perusahaan. Perusahaan dapat mengelola total aset perusahaan untuk mengurangi penghasilan kena pajak yaitu dengan memanfaatkan beban penyusutan dan amortisasi yang timbul dari pengeluaran untuk memperoleh aset tersebut karena beban penyusutan dan amortisasi dapat digunakan sebagai pengurangan penghasilan kena pajak perusahaan.

Menurut Hasibuan (2009) dalam Surbakti (2013), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total asset, log size, penjualan dan kapitalisasi pasar, dan lain-lain. Semakin besar perusahaan maka semakin besar total aset yang dimilikinya. Dalam melakukan tax planning untuk upaya menekan beban pajak seminimal mungkin, perusahaan dapat mengelola total aset perusahaan untuk mengurangi penghasilan kena pajak yaitu dengan memanfaatkan beban penyusutan dan amortisasi yang timbul dari pengeluaran untuk memperoleh aset tersebut. Karena beban penyusutan dan amortisasi dapat digunakan sebagai pengurang penghasilan kena pajak perusahaan.

Data Hasil penelitian Rinaldi & Charoline Cheisviyanny (2015), Eva Musyarofah (2016) dan Laila Marfu'ah (2015) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Hasil penelitian Tommy Kurniasih & Maria Ratna Sari (2013) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Ukuran perusahaan berhubungan dengan aset, semakin besar perusahaan cenderung mempunyai aset yang besar, aset yang besar ini setiap tahunnya akan mengalami penyusutan dan mengurangi laba bersih perusahaan, sehingga dapat memperkecil beban pajak yang dibayarkan.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Tax Avoidance*

Kasmir (2010) menyatakan bahwa *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.

Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Akan tetapi, utang akan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Beban bunga yang ditanggung perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai pengurang penghasilan kena pajak perusahaan untuk menekan beban pajaknya.

Dengan begitu pula bahwa semakin tinggi nilai dari rasio *leverage*, berarti semakin tinggi jumlah pendanaan dari utang pihak ketiga yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin tinggi akan memberikan pengaruh berkurangnya beban pajak perusahaan, semakin besar utang maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar, Darmawan dan Sukartha (2014).

Kebijakan pendanaan suatu perusahaan akan mempengaruhi tarif pajak efektif karena memiliki perlakuan yang berbeda terkait dengan struktur modal suatu perusahaan (Gupta dan Newberry, 1997 dalam Lestari 2010). Karena tarif pajak efektif juga merupakan proksi pengukuran penghindaran pajak, maka kebijakan pendanaan pun berpengaruh pada penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan. Salah satu kebijakan pendanaan adalah dengan hutang atau *leverage* merupakan tingkat utang yang digunakan perusahaan dalam melakukan pembiayaan. Perusahaan yang menggunakan utang pada komposisi pembiayaan, maka akan ada beban bunga yang harus dibayar. Semakin tinggi nilai rasio *leverage* maka semakin tinggi pula jumlah pendanaan dari utang pihak ketiga

yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin tinggi akan memberikan pengaruh berkurangnya beban pajak perusahaan. Semakin tinggi nilai utang perusahaan maka nilai ETR perusahaan akan semakin rendah (Richardson dan Lanis, 2007).

Ozkan (2001) dalam Prakosa (2014) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang agar mengurangi pajak. Dengan sengaja perusahaan berutang untuk mengurangi beban pajak maka dapat disebutkan bahwa perusahaan tersebut agresif terhadap pajak.

Hasil penelitian Eva Musyarofah (2016) dan Laila Marfu'ah (2015) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Hasil penelitian Tommy Kurniasih & Maria Ratna Sari (2013) menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *tax avoidance*. Hasil Penelitian Ria Rosalia Purnomo (2016) menunjukkan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

2.3.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) Terhadap *Tax Avoidance*

Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh dengan besarnya pertumbuhan penjualan. Menurut Perdana (2013), pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar volume penjualan maka laba yang akan dihasilkan pun akan meningkat. Pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan karena dengan pertumbuhan penjualan yang

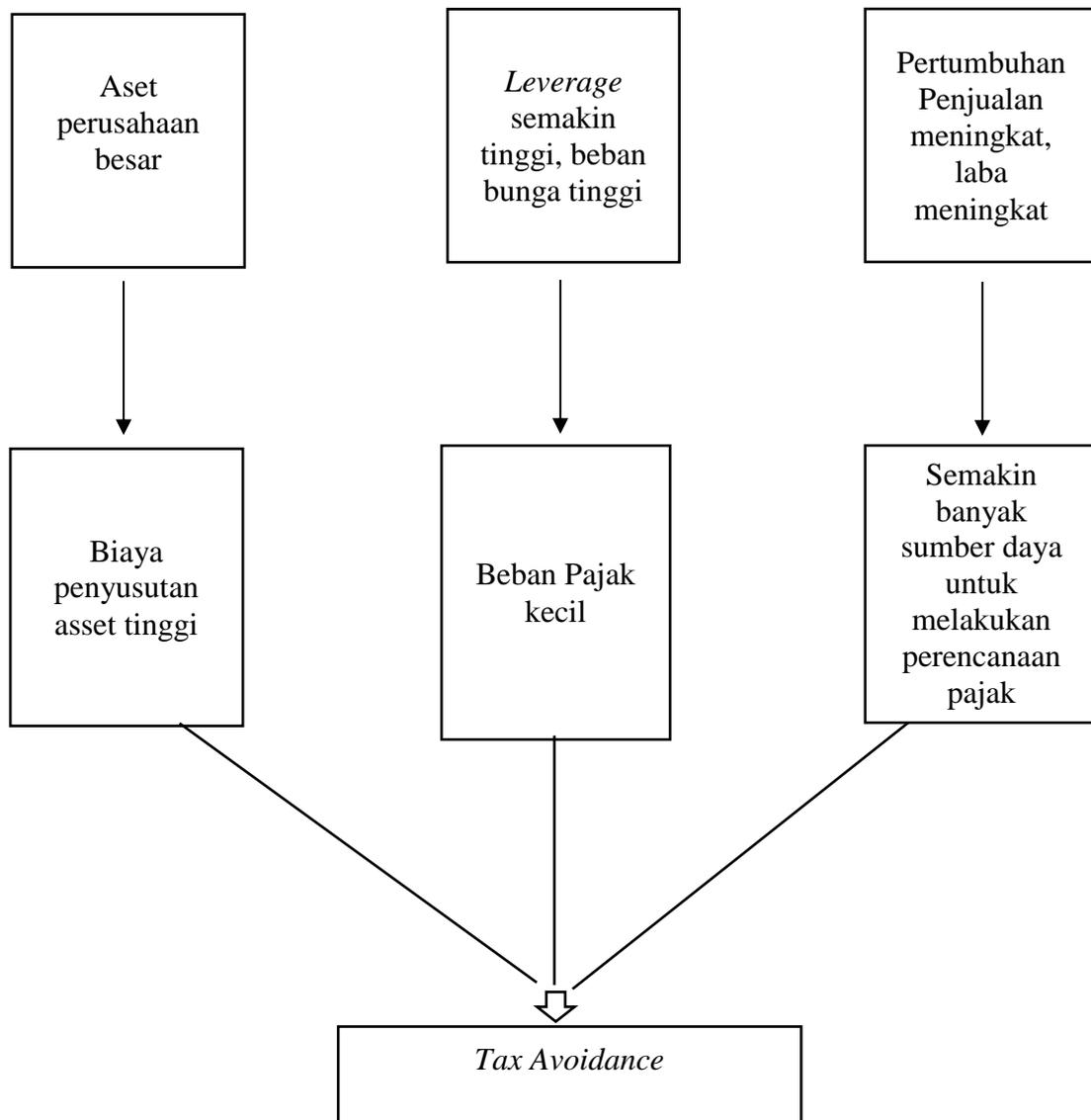
meningkat, perusahaan akan memperoleh profit yang meningkat pula. Secara logika, apabila pertumbuhan penjualan meningkat, perusahaan cenderung akan mendapatkan profit yang besar, maka dari itu perusahaan akan cenderung untuk melakukan praktik tax avoidance karena profit besar akan menimbulkan beban pajak yang besar pula.

Menurut penelitian Tjondro dan Butje (2014), menyatakan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak karena peningkatan pertumbuhan penjualan secara tidak langsung akan meningkatkan laba. Perusahaan dengan laba yang besar cenderung akan melakukan perencanaan pajak dengan semaksimal mungkin sehingga dapat mengurangi pembayaran pajak kepada pemerintah.

Menurut Budiman dan Setiyono (2012), *Sales Growth* menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya bila pertumbuhannya menurun perusahaan akan menemui kendala dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. *Net operating loss* (NOL) adalah kondisi rugi operasi perusahaan, dalam kondisi ini perusahaan akan mendapatkan insentif pajak yakni tidak memiliki kewajiban untuk membayar pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaya dkk (2013) yang menyatakan bahwa *growth sales* berpengaruh Positif terhadap *tax avoidance*.

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, diantaranya:

Hipotesis 1 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Hipotesis 2 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Hipotesis 3 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Hipotesis 4 : Ukuran perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap *tax avoidance*.