

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk. Dengan kondisi tersebut, pemerintah memiliki peran penting untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Diantaranya adalah dengan melakukan pembangunan ekonomi yaitu menciptakan lapangan pekerjaan, dan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan masyarakat seperti pendidikan, kesehatan, dan pelayanan publik lain yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Dalam upaya membiayai pengeluaran tersebut, pemerintah menjadikan pajak sebagai sumber pendapatan negara terbesar. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut yang menunjukkan bahwa pada tahun 2018-2021 lebih dari 75% pendapatan negara berasal dari pajak.

**Tabel 1.1**  
**Penerimaan Pajak Pada Realisasi APBN Tahun 2018-2021 (Dalam Miliar Rupiah)**

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan Pajak</b>	<b>Pendapatan Bukan Pajak</b>	<b>Total</b>	<b>Persentase Pendapatan Pajak</b>
2018	1.518.789,80	409.320,20	1.928.110,00	78,77%
2019	1.546.141,90	408.994,30	1.955.136,20	79,08%
2020	1.285.136,32	343.814,21	1.628.950,53	78,89%
2021	1.547.841,10	458.489,40	2.006.330,50	77,15%

Sumber: Bps.go.id

Pajak adalah iuran yang harus dibayar oleh warga negara sebagai bentuk kontribusi kepada negara untuk mewujudkan kesejahteraan. Hal mengenai pajak ini

telah diatur di dalam Undang-Undang No. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 ayat 1. Oleh karena itu, pajak menjadi salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk pembiayaan pembangunan dengan cara menggali sumber dana dari dalam negeri yang nantinya akan digunakan untuk kepentingan rakyat itu sendiri (Surjono, 2016). Namun, meskipun tujuan pajak adalah untuk mensejahterakan rakyat, tetapi upaya pemerintah dalam meningkatkan pendapatan pajak setiap waktunya itu berbanding terbalik dengan upaya wajib pajak khususnya wajib pajak badan yang senantiasa mencari cara untuk menghindari pajak atau dikenal dengan *tax avoidance*.

*Tax avoidance* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh wajib pajak dengan tujuan meminimalisir atau mengurangi jumlah pajak yang terutang dengan memanfaatkan kelemahan Peraturan Perpajakan dan Undang-Undang yang sudah ada (Faradiza, 2019). Sampai saat ini pajak penghasilan telah menjadi salah satu penopang terbesar pendapatan pajak negara terutama pajak penghasilan wajib pajak badan. Namun karena adanya perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah maka penerimaan negara atas pajak penghasilan pun tidak selalu maksimal. Hal tersebut, dilihat pada tabel 1.2 berikut bahwa dalam beberapa tahun terakhir realisasi pendapatan pajak penghasilan masih belum maksimal padahal pajak penghasilan adalah sumber pendapatan pajak terbesar bagi negara.

**Tabel 1.2**  
**Persentase Realisasi Pendapatan Pajak Penghasilan**

<b>Tahun</b>	<b>Estimasi</b>	<b>Realisasi (Netto)</b>	<b>Persentase</b>
2018	855.133.462.162.000,00	749.986.231.279.920,00	87,70%
2019	894.448.650.110.000,00	772.275.378.229.817,00	86,34%
2020	670.379.543.400.000,00	594.042.917.945.513,00	88,61%
2021	683.774.638.899.000,00	696.704.072.901.488,00	101,89%

Sumber : Laporan Realisasi Pendapatan dari Kemenkeu.go.id

Menurut Undang–Undang No. 36 Tahun 2008 pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan pada wajib pajak orang pribadi atau badan yang dihitung berdasarkan jumlah penghasilan selama satu tahun. Perusahaan menganggap pajak sebagai biaya atau beban dan menjadi enggan untuk membayarnya. Sehingga munculah upaya yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengurangi jumlah pajak yang tertutang. Padahal perusahaan merupakan suatu badan yang meraih profit tinggi setiap tahunnya sehingga sudah seharusnya perusahaan menjadi penyumbang pajak penghasilan terbesar kepada negara. Selain itu, saat ini di Indonesia ada sistem pemungutan pajak secara *self assessment system* yang memberikan wewenang kepada masing-masing wajib pajak mulai dari pendaftaran NPWP, melakukan perhitungan, penyetoran, hingga pelaporan pajaknya sendiri. Hal ini tentu saja akan membuat wajib pajak memiliki celah untuk melakukan upaya penghindaran pajak. Jika kegiatan penghindaran pajak tidak ditindaklanjuti, maka pendapatan negara akan semakin berkurang dan upaya pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat akan terhambat. Karena itu penelitian mengenai aktivitas penghindaran pajak perlu dilakukan di Indonesia.

Ada begitu banyak faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak, salah satunya adalah strategi bisnis. Strategi bisnis merupakan suatu proses dalam melakukan tindakan yang ditentukan perusahaan untuk menarik pelanggan dan bagaimana organisasi akan bersaing dan mampu bersaing, serta mampu melakukan kegiatan operasi hingga meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja pasar (Craig S, 2018). Praktik penghindaran pajak yang berkaitan dengan strategi bisnis juga pernah terjadi sehingga bukanlah hal baru di Indonesia. Pada tahun 2014 ditemukan bahwa PT Coca Cola Indonesia melakukan penghindaran pajak dengan melakukan iklan ataupun pemasaran yang menyebabkan biaya membengkak pada tahun 2002 sampai 2006 sehingga dengan adanya pembengkakan biaya tersebut maka penghasilan kena pajak menjadi lebih kecil. Dari hal tersebut, PT Coca Cola menimbulkan kekurangan pembayaran pajak sebesar Rp49,24 miliar (Money.kompas.com). Salah satu bentuk persoalan pajak lain di Indonesia adalah adanya aset – aset orang Indonesia yang dipindahkan ke luar negeri ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah atau bahkan bebas pajak sehingga aset yang dipindahkan ke luar negeri ini tentunya tidak akan dilaporkan dalam SPT atau Surat Pemberitahuan Pajak (Natira dan Herawati, 2019).

Strategi bisnis yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua tipe yaitu *defender* dan *prospector* yang akan dianalisis dan diukur dengan menggunakan 4 *proxy* yaitu kemampuan produksi & distribusi, tingkat pertumbuhan perusahaan, pemasaran, dan intensitas aset tetap. Seperti yang dilakukan oleh PT Coca Cola Indonesia dimana penghindaran pajak dilakukan dengan meningkatkan biaya

pemasaran atau iklan dimana hal tersebut berkaitan dengan komponen strategi bisnis. Perusahaan dengan strategi bisnis *Defender* atau bertahan, memiliki ciri-ciri perilaku yaitu cenderung fokus pada suatu wilayah pasar atau menutup sebagian pasar yang dimiliki untuk menciptakan wilayah pasar stabil. Sementara itu, Fokus utama perusahaan dengan strategi *prospector* adalah bagaimana mereka bisa memanfaatkan secara maksimal suatu produk, pasar, serta peluang (Faradiza, 2019).

Fenomena penghindaran pajak di Indonesia menarik untuk diteliti karena semakin berkembangnya tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga diiringi dengan semakin banyaknya perusahaan besar yang akan menjadi penyumbang pajak di Indonesia. Perusahaan sektor manufaktur atau pengolahan masih menjadi penyumbang pajak terbesar kepada negara hingga saat ini. Jika melihat kondisi beberapa tahun ke belakang, perusahaan sektor manufaktur khususnya sektor *consumer goods industry* memiliki prospek yang menjanjikan karena perkembangannya yang terus meningkat dari hari-kehari seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Bahkan saat musim *pandemic* pun, perusahaan sektor *consumer goods industry* masih bisa *survive* dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan gaya hidup sehat. Karena tingginya kebutuhan masyarakat terhadap barang konsumsi tersebut, hal ini tentu akan meningkatkan kegiatan produksi dan penjualan dari perusahaan yang bergerak dalam bidang *consumer goods industry*. Perusahaan juga akan meraup keuntungan yang tinggi dan hal ini akan menyebabkan beban pajak penghasilan yang harus

dibayar oleh perusahaan juga semakin tinggi sehingga kemungkinan perusahaan terindikasi melakukan penghindaran pajak tentu saja bisa terjadi.

Sudah banyak pihak yang melakukan penelitian mengenai penghindaran pajak dan strategi bisnis. Namun, masih banyak peneliti yang menghasilkan temuan yang berbeda sehingga menimbulkan gap antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lain. Penghindaran pajak diukur menggunakan rasio *Cash Effective Tax Rate (CETR)* yaitu jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan dibagi dengan total laba sebelum pajak. Penelitian yang dilakukan oleh (Wardani dan Khoiriyah, 2018) menemukan hasil bahwa strategi bisnis tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak, dikarenakan perusahaan tidak konsisten menerapkan tipe strategi. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Herianti dan Ritnawati, 2021) yang membuktikan bahwa strategi bisnis tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *tax avoidance*. Sedangkan menurut (Wahyuni et al., 2017) menyatakan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hal ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian (Ayem dan Tarang, 2021) yang menyatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Peneliti-peneliti sebelumnya telah banyak melakukan penelitian pada perusahaan sektor manufaktur dan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI. Pada penelitian ini, analisis strategi bisnis akan dilakukan pada perusahaan sektor *consumer goods industry*. Hal ini dikarenakan perusahaan sektor *consumer goods industry* tidak mungkin terlepas dari strategi bisnis khususnya melakukan iklan untuk menarik konsumen. Selain itu, *consumer goods industry* merupakan perusahaan yang senantiasa memproduksi barang dalam jumlah yang banyak dan

waktu yang konsisten dikarenakan sifatnya yang selalu diperlukan oleh banyak orang karena produk yang ditawarkan oleh perusahaan sektor ini tidak akan lelang oleh waktu dan merupakan kebutuhan untuk masyarakat dalam menjalani hidup sehari – hari. Sehingga perusahaan sektor ini akan cocok jika dianalisa melalui 4 *proxy* yang akan digunakan. Perusahaan sektor *consumer goods industry* juga mengalami tingkat persaingan ketat sehingga harus mampu bersaing satu sama lain dan salah satu cara pasti yang ditempuh oleh manajemen perusahaan adalah dengan membuat dan menjalankan strategi bisnis.

Berdasarkan fenomena serta latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel strategi bisnis. Penulis memilih judul “**Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Dalam Praktik Penghindaran Pajak** (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya, yaitu:

1. Pendapatan negara yang bersumber dari pajak tidak selalu tercapai 100% sesuai dengan nilai yang telah diestimasikan.
2. Adanya perbedaan kepentingan antara pemerintah dan perusahaan yang membuat perusahaan melakukan upaya meminimalisir besarnya pajak yang harus dibayar salah satunya melakukan transaksi yang terdapat dalam strategi bisnis.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan rumusan permasalahannya, yaitu:

1. Jenis strategi bisnis apa yang digunakan oleh perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022?
2. Bagaimana pengaruh kemampuan produksi & distribusi, pemasaran, tingkat pertumbuhan usaha, dan intensitas aset tetap terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022?
3. Bagaimana pengaruh strategi bisnis yang terdiri dari 4 *proxy* terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022?

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan topik yaitu mengenai strategi bisnis dalam praktik penghindaran pajak serta untuk memenuhi salah satu syarat bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan program studi akuntansi jenjang strata satu pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sangga Buana Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan Bandung.

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui jenis strategi bisnis apa yang digunakan oleh perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemampuan produksi & distribusi, pemasaran, tingkat pertumbuhan usaha, dan intensitas aset tetap terhadap penghindaran pajak.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi bisnis yang terdiri dari 4 *proxy* terhadap penghindaran pajak.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti apakah strategi bisnis memiliki dampak atau pengaruh terhadap aktivitas penghindaran pajak serta dapat digunakan sebagai referensi untuk pengembangan ilmu baik itu ilmu perpajakan, ekonomi, maupun ilmu lainnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta pemahaman penulis mengenai strategi bisnis. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat memotivasi setiap perusahaan untuk senantiasa membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar serta ketentuan yang berlaku dan sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Penelitian ini juga dapat

dijadikan referensi bagi perusahaan dan pengguna laporan untuk mempelajari strategi bisnis dan keuntungannya setelah diimplementasikan.

## 1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

### 1.6.1 Landasan Teori

Teori utama atau *grand theory* yang menjadi dasar penelitian ini adalah teori agensi dan teori – teori yang berhubungan dengan penghindaran pajak, strategi bisnis, serta teori pendukung lainnya.

Definisi *agency theory* (teori keagenan) menurut (Supriyono, 2018:63) adalah:

**“Suatu konsep yang mendeskripsikan adanya hubungan antara prinsipal (pemberi kontrak) dengan agen (penerima kontrak), dimana prinsipal memberikan kontrak kepada agen untuk bekerja demi mewujudkan kepentingan prinsipal sehingga agen juga memiliki wewenang dalam membuat keputusan demi mencapai tujuan perusahaan.”**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 yaitu perubahan keempat atas Undang-Undang No.6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa definisi pajak yaitu:

**“Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang memiliki sifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”**

Semakin besar penghasilan wajib pajak maka akan semakin besar pula beban pajak yang terutang dan harus dibayar. Hal ini membuat beberapa pihak enggan mengeluarkan uang untuk membayar pajak. Sehingga pada praktiknya pembayaran pajak bukanlah hal mudah yang bisa dilakukan. Salah satu cara yang dilakukan wajib pajak adalah meminimalkan jumlah pajak yang perlu dibayar dengan cara melakukan penghindaran pajak atau dikenal dengan *tax avoidance*.

Menurut (Pohan, 2014:11) definisi penghindaran pajak (*tax avoidance*) yaitu:

**“*Tax avoidance* adalah usaha mengefisiensikan beban pajak dengan menghindari pengenaan pajak dan mengarahkannya pada transaksi yang bukan merupakan objek pajak.”**

Salah satu faktor yang membuat wajib pajak khususnya wajib pajak badan atau perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak adalah strategi bisnis. Menurut (Craig S, 2018) strategi bisnis merupakan suatu proses dalam melakukan tindakan yang ditentukan perusahaan untuk menarik pelanggan dan bagaimana organisasi akan bersaing dan mampu bersaing, serta mampu melakukan kegiatan operasi hingga meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja pasar. Menurut Miles dan Snow dalam (Wardani dan Khoiriyah, 2018) dijelaskan bahwa strategi bisnis yang paling banyak digunakan oleh perusahaan terdiri dari strategi *defender* dan strategi *prospector*.

Strategi bisnis terdiri dari 3 tipe utama yaitu *defender*, *prospector*, dan *analyzer*. Perusahaan dengan strategi *defender* atau bertahan adalah perusahaan yang memiliki karakteristik fokus pada beberapa wilayah pasar yang mereka tentukan dengan tujuan menciptakan kestabilan dan dengan begitu, perusahaan dengan strategi *defender* akan lebih mudah untuk mencegah pesaing masuk ke dalam wilayah pasar mereka. Karena itu, untuk menjaga kestabilan pasar, perusahaan *defender* akan cenderung menghindari perilaku yang mampu menjatuhkan reputasi perusahaan dan mempertimbangkan lebih banyak biaya yang akan dikeluarkan untuk melakukan penghindaran pajak. Namun meskipun

demikian perusahaan dengan strategi *defender* juga memiliki fokus menjaga biaya yang dikeluarkan tetap rendah salah satunya adalah meminimalkan beban pajak seminimum mungkin. Karena itu, *defender* juga akan memiliki kemungkinan mencari cara untuk melakukan penghindaran pajak.

Sedangkan perusahaan dengan strategi *prospector* memiliki fokus utama untuk menemukan dan memanfaatkan dengan maksimal produk, wilayah pasar, dan juga kesempatan baru yang ada. Jadi tidak hanya fokus pada satu pasar. Perusahaan dengan strategi *prospector* begitu terbuka dengan setiap perubahan dan menjadikannya sebagai peluang. Karena perusahaan *prospector* memiliki tingkat fleksibilitas tinggi terhadap teknologi maka perusahaan dengan strategi *prospector* akan dengan mudah mengembangkan pasar mereka sehingga kegiatan produksi dan distribusi akan berpengaruh pada besarnya pajak yang dibayarkan. Karena itu perusahaan dengan strategi *prospector* akan meraup laba yang lebih tinggi dengan adanya pasar yang luas dan hal ini akan mendorong perusahaan cenderung melakukan penghindaran pajak (Ayem dan Tarang, 2021). Namun penelitian yang dilakukan oleh (Martinez dan Ferreira, 2019) di Brazil menunjukkan bahwa perusahaan *defender* yang lebih cenderung melakukan praktik agresivitas terhadap pajak atau yang lebih aktif mengambil risiko pajak yang tinggi. Adanya temuan tersebut tentunya tidak dapat disamakan dengan di Indonesia karena banyaknya perbedaan baik itu dari faktor ekonomi maupun faktor lain.

Sementara itu, perusahaan dengan strategi *analyzer* membuat rencana dengan memilih kekuatan yang dimiliki oleh *prospector* dan *defender* sehingga karakteristik yang dimiliki perusahaan tidak begitu berbeda dengan *prospector* dan

*defender*. Oleh karena itu, pada penelitian ini tidak menggunakan semua tipe strategi bisnis, melainkan hanya fokus pada dua tipe yaitu *prospector* dan *defender* yang berasal dari tipologi Miles, Snow, Meyer, & Coleman, 1978. Berdasarkan penelitian (Higgins et al., 2015) tipe *analyzer* tidak dipertimbangkan karena memiliki karakteristik campuran dari *defender* dan *prospector*.

Pengukuran strategi bisnis menggunakan indikator yang digunakan oleh Higgins (2013) pada penelitian (Wardani dan Khoiriyah, 2018) dan (Wahyuni et al., 2017) yang terdiri dari 4 *proxy*, yaitu:

1. Kemampuan produksi perusahaan dan kemampuan mendistribusikan barang dan jasa secara efisien

$$EMP/Sales = \frac{\text{Jumlah Pegawai}}{\text{Penjualan}}$$

Kemampuan produksi dan distribusi yang efisien akan membuat perusahaan mampu menekan biaya seminimal mungkin dengan mendapatkan profitabilitas yang semaksimal mungkin.

2. Tingkat pertumbuhan perusahaan

$$MtoB = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

*Market to book value ratio* merupakan pengukuran untuk melihat harga saham apakah lebih tinggi dari nilai buku atau tidak. Jika harga saham lebih tinggi dari nilai buku maka akan mendapat laba dan return yang lebih besar. Hal ini akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Karena itu, semakin tinggi nilai pasar suatu

perusahaan maka akan semakin sulit perusahaan melakukan penghindaran pajak (AlAdwey, 2022).

### 3. Pemasaran

$$Market = \frac{\text{Beban Iklan}}{\text{Total Penjualan}}$$

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen agar tertarik dan membeli produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki beban iklan yang tinggi menandakan upaya perusahaan dalam pengenalan produk melalui iklan dilakukan dengan skala besar atau terus menerus. Pemasaran yang tinggi akan membuat perusahaan mendapatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan (Limantara dan Khairudin, 2023)

### 4. Intensitas aset tetap

$$PPEINT = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

Intensitas aset tetap adalah perbandingan kepemilikan aset tetap suatu perusahaan dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi intensitasnya maka beban depresiasi juga akan semakin tinggi pula. Dengan beban depresiasi yang tinggi, maka laba perusahaan akan berkurang sehingga beban pajak yang terutang juga akan berkurang (Alamsjah, 2023).

Berdasarkan landasan teori yang diuraikan diatas, maka selanjutnya digambarkan dalam kerangka pemikiran. Menurut (Hardani et al., 2020:321) kerangka berpikir merupakan konsep yang memberikan gambaran hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya.

### 1.6.2 Penelitian Terdahulu / Studi Empiris

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti merujuk atau mencari referensi melalui Jurnal Ilmiah Akuntansi yang telah diterbitkan oleh peneliti terdahulu dalam berbagai *website* untuk dijadikan acuan dalam melakukan penelitian. Adapun jurnal ilmiah yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Alamsjah, 2023	Pengaruh Intensitas Aset Tetap Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dimoderasi Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Migas Tahun 2015-2020	Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh signifikan terhadap <i>aggressive tax avoidance</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel ukuran perusahaan</li> <li>- Subjek penelitian</li> <li>- Penelitian kuantitatif pendekatan kausalitas</li> <li>- Olah data dengan SPSS</li> <li>- Menggunakan <i>ETR</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel intensitas aset tetap</li> <li>- Metode <i>purposive sampling</i></li> </ul>
2.	Hendi dan Cantona, 2022	Determinan Penghindaran Pajak: Perspektif Teori <i>Risk-Shifting</i> (Pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	Hasil penelitian menunjukkan variabel <i>leverage</i> , intensitas modal, <i>market to book ratio</i> , dan perbedaan temporer secara insignifikan berpengaruh terhadap penghindaran pajak.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel <i>leverage</i>, intensitas modal, dan perbedaan temporer</li> <li>- Subjek penelitian</li> <li>- Menggunakan <i>ETR</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel <i>Market to book ratio</i></li> <li>- Metode <i>purposive sampling</i></li> </ul>
3.	Ayem dan Tarang, 2021	Pengaruh Risiko Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Strategi Bisnis Terhadap <i>Tax Avoidance</i> . (Pada Perusahaan Manufaktur	Hasil penelitian ini menunjukkan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Risiko perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap <i>tax avoidance</i>.</li> <li>- Kepemilikan institusional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel risiko perusahaan dan kepemilikan institusional.</li> <li>- Subjek Penelitian</li> <li>- Olah data dengan SPSS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel strategi bisnis dan penghindaran pajak</li> <li>- Metode <i>Purposive sampling</i></li> <li>- Menggunakan <i>CETR</i></li> </ul>

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Yang Terdaftar di BEI Selama Periode 2016-2018	tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> . - Strategi bisnis berpengaruh signifikan positif terhadap <i>tax avoidance</i> .		- Pengukuran variabel strategi bisnis
4.	Herianti dan Ritnawati, 2021	Pengaruh Strategi Bisnis Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dengan Kinerja Laba Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Properti, <i>Real Estate</i> Dan Konstruksi Bangunan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015–2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> . - <i>CSR</i> berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> .	- Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> . - Subjek penelitian - Menggunakan <i>ETR</i> - Metode kuantitatif bersifat asosiatif	- Variabel strategi bisnis dan penghindaran pajak - Metode <i>Purposive sampling</i> - Pengukuran variabel strategi bisnis - Olah data dengan <i>E-Views</i>
5.	Aryotama dan Firmansyah, 2020	<i>The Effect Of Business Strategy On Tax Avoidance In Indonesia's Consumer Goods Industry</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perusahaan yang menganut strategi bisnis <i>prospector</i> dan <i>defender</i> terlibat dalam penghindaran pajak untuk memaksimalkan laba setelah pajak.	- Periode subjek penelitian - Menggunakan 5 <i>proxy</i> strategi bisnis - Menggunakan <i>Book ETR</i> , <i>Current ETR</i> , dan <i>Cash ETR</i>	- Variabel strategi bisnis dan penghindaran pajak - Subjek penelitian - Metode <i>purposive sampling</i>
6.	Fathorrahman dan Syaiful, 2019	Pengaruh Strategi Bisnis Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Makanan dan	Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan variabel pemasaran dan penjualan serta pertumbuhan perusahaan secara	- Subjek Penelitian - Menggunakan <i>Book ETR</i> -	- Variabel Strategi Bisnis - <i>Proxy</i> pemasaran dan pertumbuhan perusahaan

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		Minuman di Bursa Efek Indonesia	parsial terhadap penghindaran pajak.		- Metode <i>purposive sampling</i> -
7.	Faradiza, 2019	Dampak Strategi Bisnis terhadap Penghindaran Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur yang Telah Terdaftar di BEI Sejak 2010-2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi bisnis <i>prospector</i> lebih cenderung melakukan penghindaran pajak dibandingkan perusahaan <i>defender</i> .	- Periode subjek penelitian - Menggunakan 6 <i>proxy</i> strategi bisnis - Variabel kontrol ukuran perusahaan, <i>ROA</i> , <i>AGE</i> , <i>Leverage</i> , dan intensitas aset & persediaan - Menggunakan <i>Book ETR &amp; Permanent Book-tax difference</i>	- Variabel Strategi Bisnis - Menggunakan <i>CETR</i> - Metode <i>purposive sampling</i>
8.	Wardani dan Khoiriyah, 2018	Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak.	- Variabel karakteristik perusahaan - Subjek penelitian - Olah data dengan SPSS	- Variabel strategi bisnis dan penghindaran pajak - Metode <i>purposive sampling</i> - Menggunakan <i>CETR</i> - Pengukuran variabel strategi bisnis

### 1.6.3 Kerangka Konseptual

Strategi bisnis tidak hanya dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk memperluas pasar mereka. Strategi bisnis juga termasuk upaya perusahaan dalam meningkatkan pendapatan secara maksimal dan mengurangi beban-beban salah satunya beban pajak.

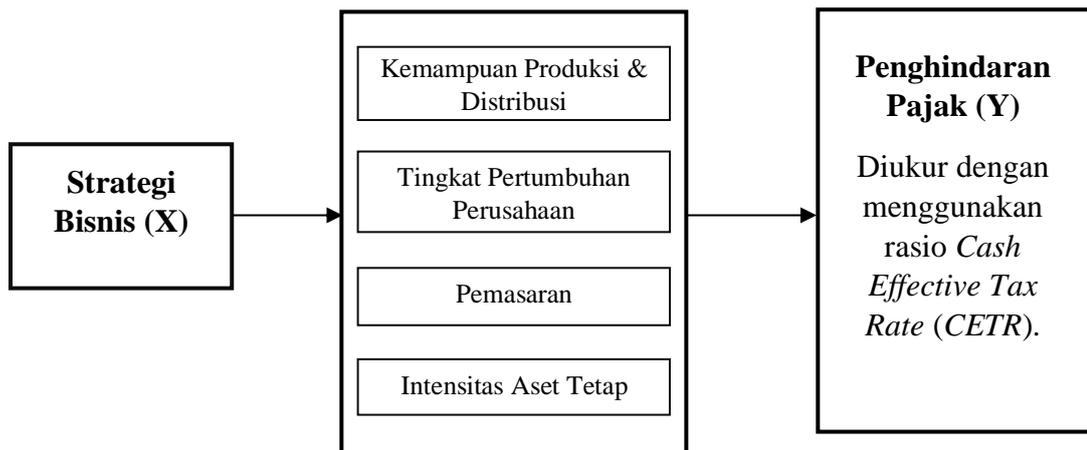
Dengan tingkat *proxy* pertama yaitu kemampuan produksi dan distribusi yang tinggi maka perusahaan akan melakukan penjualan besar dengan wilayah pasar yang semakin luas, sehingga hal ini akan membuat profitabilitas perusahaan meningkat. Adapun *proxy* yang kedua adalah tingkat pertumbuhan perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan dalam strategi bisnis diukur dengan menggunakan *market to book ratio (MtoB)* yang akan menunjukkan harga saham masih terbilang murah, wajar, atau terlalu mahal. Perusahaan dengan nilai *MtoB* tinggi cenderung tidak menghindari pajak karena menarik perhatian investor. Lalu *proxy* yang ketiga adalah pemasaran yang didalamnya termasuk biaya iklan. Pemasaran yang tinggi akan membuat perusahaan mendapatkan laba demi kelangsungan hidup perusahaan (Limantara dan Khairudin, 2023). Kemudian *proxy* yang keempat adalah intensitas aset tetap. Intensitas aset tetap adalah perbandingan kepemilikan aset tetap suatu perusahaan dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi intensitasnya maka beban depresiasi juga akan semakin tinggi pula. Dengan beban depresiasi yang tinggi, maka laba perusahaan akan berkurang sehingga beban pajak yang terutang juga akan berkurang (Alamsjah, 2023).

Selain dilihat dari keempat *proxy* tersebut, jika dilihat dari karakteristik masing-masing tipe strategi, perusahaan dengan strategi *prospector* memiliki

fleksibilitas yang tinggi terhadap teknologi produksi dan distribusi sehingga akan berpengaruh juga pada beban pajak yang harus dibayarkan. Fleksibilitas ini akan mendukung perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak dikarenakan pengurangan beban pajak akan membuat laba setelah pajak perusahaan menjadi lebih tinggi. Selain itu, adanya penghindaran pajak juga disebabkan oleh pendapatan tinggi yang diperoleh perusahaan *proscpector* karena memiliki wilayah pasar yang luas (Ayem dan Tarang, 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat (Aryotama dan Firmansyah, 2020) yang menyatakan bahwa *proscpector* akan cenderung melakukan penghindaran pajak karena memiliki karakteristik berani mengambil risiko.

Sementara itu, meskipun perusahaan *defender* memiliki karakteristik fokus untuk menjaga kestabilan wilayah pasar dan cenderung menghindari risiko yang mampu merusak reputasi perusahaan, namun perusahaan *defender* juga memiliki fokus agar biaya produksi dan distribusi barang dan jasa menjadi efisien dan hemat biaya (Hsu et al., 2018). Dalam hal ini penghindaran pajak akan memberikan manfaat meminimalkan beban pajak dan memaksimalkan laba setelah pajak sehingga akan sangat menguntungkan dan cocok dengan karakteristik perusahaan *defender*. Penelitian yang dilakukan oleh (Martinez dan Ferreira, 2019) di Brazil juga menunjukkan bahwa perusahaan *defender* lebih cenderung melakukan praktik agresivitas pajak dan berani mengambil risiko dalam perpajakan. Jadi dapat disimpulkan jika perusahaan dengan strategi apapun dapat memiliki motivasi untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, selanjutnya peneliti menyajikan kerangka konseptual dengan tujuan untuk merumuskan hipotesis yang ditampilkan pada gambar kerangka konseptual berikut menunjukkan adanya keterkaitan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konseptual**

Gambar kerangka konseptual tersebut menunjukkan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak. Artinya, strategi bisnis yang dibuat oleh manajemen perusahaan merupakan keputusan yang berkaitan dengan pajak. Semakin baik suatu strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan maka akan semakin memungkinkan perusahaan melakukan praktik penghindaran pajak.

#### 1.6.4 Hipotesis

Definisi hipotesis menurut (Sugiyono, 2022:99) yaitu:

**“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut kemudian akan dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata.”**

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah Strategi Bisnis yang terdiri dari 4 *proxy* yaitu kemampuan produksi & distribusi, tingkat pertumbuhan perusahaan, pemasaran, dan intensitas aset berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

#### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil informasi dan data dari sumber data sekunder. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pada perusahaan sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. Data bersumber dari *website* resmi BEI yaitu [www.idx.com](http://www.idx.com) dan *website* resmi perusahaan yang menjadi subjek penelitian. Adapun waktu penelitian dimulai pada bulan Februari 2023 sampai dengan Juli 2023.

