

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memuat teori-teori yang digunakan dan mendasari penelitian dan penyusunan skripsi. Teori-teori dituangkan berdasarkan pustaka yang dibaca peneliti berupa buku-buku, penelitian sebelumnya yang telah terpublikasi. Di dalam bab ini ditekankan pada pemikiran, analisis, dan konsep penelitian secara kritis berdasarkan telaah atas teori-teori yang dibaca.

#### **2.1. Review Terdahulu**

Maulana (2020), melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *Capital Intensity*, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan teori serta pengetahuan dalam bidang akuntansi, khususnya dalam perpajakan dan bagi investor dapat menjadi pertimbangan saat menanamkan modalnya agar terhindar dari perusahaan yang melakukan tindakan pajak agresif. Metode yang dipakai adalah *purposive sampling* dan sampel yang didapat ada 34 perusahaan Properti dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2017. Hasil dari penelitian ini adalah *Capital Intensity*, Profitabilitas, *Inventory Intensity* berpengaruh positif, sedangkan Leverage dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Untuk pengaruh secara simultan *Capital Intensity*, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2017. Hasil penelitian ini tidak dapat disamaratakan karena hanya di Sektor Properti dan *Real Estate* saja dan peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian di sektor yang lebih luas dan tahun penelitian yang lebih lama.

Liana, *et al* (2018), melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan dan *corporate governance* terhadap Agresivitas

Pajak. Karakteristik perusahaan terdiri Profitabilitas, Tingkat Hutang, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Pengendali, Proporsi Komisaris Independen, dan Ukuran Komite Audit. Metode data yang digunakan adalah *purposive sampling* sampel yang dipakai dalam penelitian ini dalam empat tahun (2012-2015) sebanyak 27 perusahaan dan didapatkan sebanyak 108 data pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil Penelitian ini adalah Tingkat Hutang, Ukuran Perusahaan, dan *corporate governance*, kepemilikan pengendali, proporsi komisaris independen, dan ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak. saran untuk peneliti selanjutnya menambah jumlah sampel penelitian, menambah variabel serta periode waktu yang dijadikan sampel.

Estherlita (2017) melakukan penelitian untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, tingkat hutang perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap tarif pajak efektif pada 2 perusahaan rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2015 dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Hasil penelitian yang dilakukan adalah Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap tarif pajak efektif, sedangkan Tingkat Hutang tidak berpengaruh terhadap tarif pajak efektif. Pada uji simultan, Ukuran Perusahaan, Tingkat Hutang Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap tarif pajak efektif. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan jumlah sampel penelitian, menambah variable, tahun penelitian serta meneliti sektor yang lebih luas.

Ramadhani, *et al* (2020) melakukan penelitian untuk mengetahui apakah Hedging, *Financial Lease*, dan *Sales Growth* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2018. Agresivitas Pajak diukur dengan menggunakan Effective Tax Rate, Hedging diukur dengan Nilai Absolut dari nilai wajar lindung nilai dibagi dengan total aset tahun sebelumnya, Sewa keuangan diukur dengan variabel dummy dengan mengamati perusahaan yang menggunakan atau tidak menggunakan sewa

keuangan untuk memperoleh aset tetap, dan Penjualan Pertumbuhan diukur dengan membandingkan penjualan tahun berjalan dikurangi penjualan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya. Jumlah sampel yang diperoleh dari reduksi menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 32 sampel. Model analisis data yang digunakan analisis regresi data panel, analisis statistik deskriptif, dan uji asumsi klasik. Hasil dari penelitian ini adalah hedging, sewa keuangan dan pertumbuhan penjualan memiliki efek stimulan pada agresivitas pajak. Sementara sebagian lindung nilai tidak mempengaruhi pada agresivitas pajak, sewa keuangan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak. Saran untuk peneliti selanjutnya menggunakan sampel perusahaan sektor lain, menambahkan jumlah variabel bebas lainnya, dan mengukur *financial lease* selain menggunakan variabel *dummy*.

Fachriana *et al* (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui apakah Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Capital Intensity*, dan *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Sampel yang digunakan 315 menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji model dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas, ukuran perusahaan, intensitas modal, intensitas persediaan mempengaruhi agresivitas pajak. Sementara profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Vanesali, *et al* (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh korporasi pemerintahan dan pengaruh terhadap agresivitas pajak. Penelitian Data terdiri dari 66 perusahaan-tahun yang diperoleh dari 11 perusahaan pertambangan selama 2013-2018. Mereka disortir dengan menggunakan metode purposive sampling. hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, proporsi komisaris independen dan kualitas audit memiliki pengaruh negatif dan berpengaruh

signifikan terhadap penghindaran pajak, sedangkan leverage tidak dipertimbangkan sebagai penentu penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur Indonesia. Hasil penelitian ini dapat berimplikasi pada otoritas pajak untuk mempertimbangkan kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, komite audit dan kualitas audit sebagai indikasi risiko agresivitas pajak. Dari penelitian ini dapat memberikan informasi tentang jumlah kepemilikan institusional, komisaris independen dan komite audit dapat mempengaruhi level risiko kegiatan agresivitas pajak. Selain itu, kualitas pemeriksaan cukup penting untuk menurunkan aktivitas agresivitas pajak. Saran untuk penelitian selanjutnya : Penelitian sebaiknya menggunakan variabel lain dalam konsep Corporate Governance.

Putra (2020), melakukan penelitian untuk mengetahui apakah *Sales Growth, Profitability, and Leverage* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur subsektor *makanan* dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel perusahaan manufaktur makanan dan minuman sepuluh perusahaan sehingga jumlah sampel dalam 5 tahun 50 contoh laporan keuangan tahunan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan leverage berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sebaliknya, profitabilitas tidak mempengaruhi penghindaran pajak. Peningkatan pertumbuhan penjualan akan membuat perusahaan memperoleh laba yang besar sehingga perusahaan memiliki kewajiban perpajakan secara umum, dan perusahaan akan cenderung melakukan penghindaran pajak. Perusahaan yang memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dalam suatu perusahaan juga mendorong perusahaan untuk melakukan kegiatan penghindaran pajak. Meningkatnya tingkat utang perusahaan akan mendorong praktik penghindaran pajak.

Adler (2019), melakukan penelitian untuk mengetahui apakah *Liquidity, Profitability, Intensity Inventory, Related Party Debt, and Company Size* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sampel yang digunakan dalam penelitian

ini adalah 34 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Sampel diambil secara purposive random sampling dengan menggunakan kriteria tertentu. Agresivitas pajak diukur dengan membandingkan beban pajak dan laba bersih sebelum pajak. Likuiditas diukur dengan membandingkan aset lancar dengan hutang lancar. Profitabilitas diukur dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dan total aset. Intensitas persediaan diukur dengan membandingkan total persediaan dan total aset. Utang pihak berelasi diukur dengan membandingkan jumlah utang pihak berelasi dan total aset. Ukuran Perusahaan diukur dengan melakukan logaritma nilai pasar alami. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak. Sedangkan intensitas persediaan berpengaruh positif dan signifikan, namun hutang pihak berelasi tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat agresivitas pajak. Perusahaan manufaktur yang relatif besar, likuid, dan memiliki laba yang tinggi seringkali melakukan agresivitas pajak dengan merencanakan pengurangan biaya pajak yang harus dibayar.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Teori Agensi**

Teori Agensi menjelaskan hubungan antara principal (pemberi otoritas) dan agent (siapa yang diberi otoritas). Agen dalam perusahaan yaitu manajemen diberi wewenang untuk mengelola sumber daya perusahaan dan wajib memberikan umpan balik sesuai dengan kepentingan prinsipal. Sebagai agen, informasi yang diperoleh lebih dari sekedar informasi pemiliknya sendiri. Ketimpangan antar informasi akan menimbulkan kondisi yang sering disebut dengan asimetri informasi. Kondisi ini memotivasi agen untuk bertindak sesuai keinginannya sendiri. Menurut Jensen dan Meckling (1976) yang memberikan penjelasan lebih lanjut tentang hubungan kedua pihak, yaitu antara prinsipal dan agen, bahwa kedua pihak merupakan pemaksimalan utilitas, agen tidak serta merta bertindak sesuai dengan prinsip utama. bunga. Agen seringkali memaksimalkan bonus yang diterima, yang bertentangan dengan kepentingan kepala sekolah yang mencoba

meminimalkan pengeluaran sumber daya dan memaksimalkan pengembalian sumber daya yang dibelanjakan.

Perbedaan kepentingan antara principal dan agent akan menimbulkan masalah keagenan. Perbedaan kepentingan tersebut dapat mempengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai perpajakan (Nugraha dan Meiranto, 2015). Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan self assessment system memberikan kewenangan kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Dengan diberlakukannya system ini, dapat menjadi peluang bagi agen untuk memanipulasi penghasilan kena pajak ke tingkat yang lebih kecil, yang berdampak pada beban pajak perusahaan menjadi lebih kecil pula. Hal ini dapat dilakukan oleh agent karena adanya asimetri informasi dengan principal.

### **2.2.2. Agresivitas Pajak**

Pengertian pajak berdasarkan UU No. 16 Tahun 2009 yaitu suatu kontribusi wajib yang disetor ke Negara yang terutang oleh orang maupun badan, yang bersifat memaksa dan secara langsung tidak ada timbal balik dari Negara atas pajak yang disetor tersebut dan digunakan untuk kebutuhan Negara bagi kemakmuran rakyatnya.

Menurut S. I. Djajadiningrat dalam Resmi (2014) pajak adalah kewajiban untuk penyerahan sebagian kekayaan yang dimiliki ke kas Negara, dapat disebabkan karena keadaan, perbuatan dan kejadian yang dapat memberi suatu kedudukan tertentu. Akan tetapi, tindakan tersebut bukan sebagai hukuman (sanksi) dan secara langsung tidak ada timbal baliknya dari Negara untuk membayar pajak (Resmi 2014).

Sumber pendapatan negara salah satunya dari pajak. Pajak bagi perusahaan dipandang sebagai komponen pengurang laba. Pada umumnya perusahaan akan berusaha untuk menekan pengeluaran biaya untuk menekan pengeluaran biaya untuk pembayaran pajak. Dengan demikian, pihak manajemen perusahaan akan melakukan perencanaan pajak (tax planning). Perencanaan pajak dapat dilakukan melalui pengurangan pajak permanen ataupun kemungkinan penangguhan.

Chen, dkk (2010) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai satu usaha perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak dengan cara menggunakan perencanaan aktivitas pajak agresif dan penghindaran pajak. Menggunakan dengan cara yang sama Frank, dkk (2009) menyatakan agresivitas pajak merupakan pengaturan kegiatan dan manipulasi untuk menurunkan pendapatan pajak melalui manajemen pajak perusahaan. Konsep ini dapat memiliki beberapa konseptualisasi, referensi dan berbagai cara untuk mengukur, meskipun sebagian besar memiliki makna dan tujuan yang sama, akan tetapi memberikan dampak yang berbeda pada kesehatan perusahaan. Aktivitas pajak agresif dengan tujuan menurunkan pendapatan kena pajak dapat dilakukan secara legal maupun ilegal, dengan tujuan memaksimalkan pendapatan setelah melakukan penyesuaian pada beberapa aspek dalam perusahaan.

Sementara itu, Wang (2015) menyatakan perencanaan pajak agresif pada perusahaan yang memiliki lingkungan informasi kurang transparan. Kurangnya transparansi informasi akan meningkatkan kompleksitas keuangan perusahaan, yang mana dengan keadaan tersebut informasi tidak dapat dikomunikasikan secara maksimal kepada pihak luar, sehingga masalah transparansi akan meningkat. Dengan demikian, ditarik kesimpulan tindakan pajak agresif ditandai dengan transparansi informasi yang rendah.

### **2.2.3. Profitabilitas (*Return on Assets*)**

Menurut Sartono dalam Fatmawati (2017 : 19) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Pada umumnya dengan menyukai pendapatan yang mereka terima digunakan sebagai sumber utama dalam pembiayaan untuk investasi. Apabila sumber perusahaan maka alternated yang lain digunakan adalah dengan mengeluarkan utang, baru kemudian mengeluarkan saham baru sebagai alternatif lain untuk pembiayaan.

Hery (2016 : 192) menyebutkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas bisnis normalnya. Sedangkan menurut Fahmi (2015:80) rasio untuk

mengukur keefektifan manajemen secara keseluruhan dan tujuannya adalah untuk mendapatkan tingkat keuntungan yang terkait. Dasar dari penilaian profitabilitas perusahaan yaitu laporan keuangan yang berupa neraca dan laporan laba rugi perusahaan. Dari kedua laporan keuangan tersebut akan mendapatkan hasil analisis sejumlah rasio dan selanjutnya rasio ini digunakan untuk menilai beberapa aspek tertentu dari operasional perusahaan.

### **2.2.3.1. Jenis-Jenis Profitabilitas**

a) *Margin Laba Kotor (Gross Profit Margin)*

Rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. *Gross Profit Margin* mengukur efisiensi perhitungan harga pokok atau biaya produksi. Semakin besar *gross profit margin* semakin baik kegiatan operasional perusahaan yang menunjukkan harga pokok penjualan lebih rendah daripada penjualan (*sales*) yang berguna untuk audit operasional dan sebaliknya.

b) *Margin Laba Bersih (Net Profit Margin)*

Rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan. Salah satu manfaat rasio profitabilitas adalah untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi *net profit margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan.

c) *Rasio Pengembalian Aset (Return on Assets Ratio)*

Rasio profitabilitas untuk menilai keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan terkait sumber daya atau total asset. Sehingga efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari presentasi rasio ini.

d) *Rasio Pengembalian Ekuitas (Ratio on Equity Ratio)*

Rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. ROE dihitung dari penghasilan perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik perusahaan. ROE menunjukkan seberapa berhasil perusahaan mengelola modalnya, sehingga tingkat keuntungan diukur dari pemilik modal atau pemegang saham perusahaan.

e) Rasio Pengembalian Penjualan (*Return on Sales Ratio*)

Rasio profitabilitas yang menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya-biaya variabel produksi seperti upah pekerja, bahan baku, dan lain-lain sebelum dikurangi pajak dan bunga, rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap penjualan dan pendapatan.

f) Pengembalian Modal yang Digunakan (*Return on Capital Employed*)

Rasio profitabilitas yang mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai dalam bentuk persentase. Modal yang dimaksud adalah ekuitas suatu perusahaan ditambah kewajiban tidak lancar atau total aset dikurangi kewajiban lancar. ROCE mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi perusahaan.

g) *Return on Investment (ROI)*

Rasio profitabilitas yang dihitung dari laba bersih setelah dikurangi pajak terhadap total aktiva. ROI berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik kondisi suatu perusahaan.

h) *Earning Per Share (EPS)*

Rasio Profitabilitas yang menilai tingkat kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba untuk perusahaan. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat memperhatikan *earning per share* karena menjadi indikator keberhasilan perusahaan.

### 2.2.3.2. Manfaat Profitabilitas

- Untuk mengetahui laba atau keuntungan dari sebuah perusahaan dalam periode tertentu.
- Menjadi tolak ukur dalam penilaian yang dilakukan bank atau investor kepada perusahaan.
- Bagi manajer perusahaan, rasio profitabilitas bisa menjadi pegangan untuk mengevaluasi kinerja dalam perusahaan.
- Menjadi tolak ukur untuk trader apakah saham suatu perusahaan layak dibeli.

#### **2.2.4. Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Kasmir (2016:17) mendefinisikan pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Swastha & Handoko (2011:98) merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Menurut Armstrong (2012:327) Pertumbuhan Penjualan adalah perubahan penjualan per tahun. Pertumbuhan Penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Home & Machowiez (2005) menjelaskan bahwa tingkat Pertumbuhan Penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya. Kesuma (2009:41) Pertumbuhan Penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen asset, baik aset tetap maupun asset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelajaran aset tersebut,

##### **2.2.4.1. Faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan**

###### **a. Kondisi dan Kemampuan Penjualan**

Penjual harus meyakinkan pembeli agar bisa menjadi sasaran penjualan.

Masalah yang harus dipahami dan berkaitan :

1. Jenis dan karakteristik yang ditawarkan ‘
2. Harga pokok
3. Syarat penjualan, seperti pembayaran, penghantaran, garansi, dsb.

###### **b. Kondisi pasar yang harus diperhatikan**

1. Jenis Pasar, apakah pasar konsumen, pasar industry, pasar penjual atau pasar Internasional.
2. Kelompok pembeli

3. Daya beli
  4. Frekuensi pembeli
  5. Keinginan dan Kebutuhan
- c. Modal
- Apakah model kerja perusahaan mampu mencapai target penjualan yang dianggarkan.
1. Kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
  2. Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan, seperti bayar upah, promosi produk,
  3. Kemampuan membeli bahan mentah menjadi barang jadi untuk memenuhi target penjualan.
- d. Kondisi organisasi perusahaan
- e. Factor lain
- Seperti periklanan, promosi kampanye, pemberian hadiah.

#### **2.2.5. Inventory Intensity**

*Inventory Intensity* merupakan bagian aktiva lancar perusahaan yang diprosikan dengan membandingkan persediaan yang dimiliki perusahaan dengan total aset perusahaan. Perusahaan yang berinvestasi dengan persediaan akan menyebabkan terbentuknya biaya pemeliharaan dan penyimpanan persediaan, sehingga jumlah beban perusahaan akan meningkat dan dapat menurunkan laba perusahaan sehingga mengakibatkan pajak yang dibayarkan akan berkurang Andhari & Sukartha, 2017. *Inventory Intensity Ratio* menunjukkan keefektifan serta keefisienan perusahaan dalam mengatur investasinya pada persediaan yang direfleksikan dalam berapa kali persediaan itu diputar selama satu periode tertentu (Etty dan Rasita, 2005).

Menurut Harahap (2009), rasio ini menjelaskan hubungan antara volume barang yang terjual dengan volume dari persediaan yang ada di tangan serta hal tersebut dapat digunakan sebagai salah satu dari ukuran efisiensi perusahaan. *Inventory Intensity* diukur dengan total persediaan akhir perusahaan. Perhitungan harga pokok penjualan diambil dari jumlah persediaan awal ditambah

pembelian selama setahun dikurangi persediaan akhir. Besarnya persediaan akhir dapat dipengaruhi oleh pemilihan metode penilaian persediaan, yaitu FIFO, LIFO dan Average. Semakin besar persediaan akhir, semakin kecil harga pokok penjualan, maka penghasilan kena pajak perusahaan akan semakin besar karena harga pokok penjualan merupakan salah satu komponen pengurang dalam perhitungan PKP (Surbakti, 2012).

Tingkat persediaan atau inventory intensity yang tinggi juga dapat mengurangi jumlah pajak yang dibayar perusahaan. Hal ini karena timbulnya beban-beban bagi perusahaan akibat dari adanya persediaan (Herjanto, 2007:248). Beban-beban tersebut akan mengurangi laba bersih perusahaan dan mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Manajer akan berusaha meminimalisir beban tambahan karena banyaknya persediaan agar tidak mengurangi laba perusahaan. Tetapi di sisi lain, manajer akan memaksimalkan biaya tambahan yang terpaksa ditanggung untuk menekan beban pajak yang dibayar perusahaan.

### **2.3. Hubungan Antar Variabel**

#### **2.3.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan. Pendapatan yang diperoleh perusahaan cenderung berbanding lurus dengan pajak yang dibayarkan, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan Rodriguez Arias, 2013.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Reminda (2017) dan Hidayat, et al (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Maharani & Suardana, 2015 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

#### **2.3.2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Agresivitas Pajak**

Pertumbuhan penjualan menunjukkan growth. Pertumbuhan penjualan (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 (Budiman & Setiyono, 2012).

Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu atau dari tahun ke tahun (Kennedy dkk., 2013). Perusahaan dapat mengoptimalkan dengan baik sumber daya yang ada dengan melihat penjualan dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja.

Hasil penelitian yang telah dilakukan Nabila & Fikri (2018) dan Dewinta & Setiawan (2016) menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Penelitian juga dilakukan oleh (Calvin S, 2016) menunjukkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif.

### **2.3.3. Pengaruh *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak**

Perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk persediaan di gudang akan menyebabkan terbentuknya biaya penyimpanan dan biaya pemeliharaan yang akan mengakibatkan meningkatnya jumlah beban perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan Latifah & Umi, (2018). Perusahaan dengan tingkat *Inventory Intensity* Tinggi akan lebih agresif terhadap tingkat beban pajak yang diterima Andary & Sukarta, (2017).

Hasil penelitian yang telah dilakukan Pertiwi, et al. (2018) menunjukkan hasil bahwa *Inventory Intensity* berpengaruh signifikan terhadap Agresivitas Pajak.

### **2.3.4. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* terhadap Agresivitas Pajak**

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Menurut Penelitian

Hidayat *et al*, (2018) Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sedangkan menurut Nugraha & Meiranto (2015) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Selanjutnya Pertumbuhan Penjualan tingkat pertumbuhan penjualan yang semakin tinggi akan meningkatkan kemungkinan penghasilan laba yang didapatkan oleh perusahaan. Apabila penghasilan laba yang didapatkan perusahaan semakin besar maka perusahaan dapat melakukan perencanaan yang baik, dengan perencanaan yang baik maka kemungkinan perusahaan melakukan tindakan penghindaran pajak akan semakin tinggi. Menurut penelitian Calvin, 2016 Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sedangkan menurut Swingly & Sukartha (2015) Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

Selanjutnya *Inventory Intensity* (Intensitas Persediaan) adalah suatu ukuran seberapa besar persediaan yang dimiliki perusahaan. Persediaan yang dimiliki dapat mengakibatkan munculnya beban pemeliharaan dan penyimpanan yang menyebabkan berkurangnya laba perusahaan, sehingga beban pajak yang seharusnya dibayar akan berkurang (Hidayat & Fitria, 2018). Menurut penelitian Pertiwi, *et al*, 2018 menunjukkan bahwa *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Sedangkan menurut Siregar & Widyawati (2015) *Inventory Intensity* tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

#### **2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian**

Menurut Dantes (2012:164) hipotesis merupakan praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh melalui penelitian. Perumusan pada penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H<sub>2</sub> : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H<sub>3</sub> : *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H<sub>4</sub> : Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan *Inventory Intensity* berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

## 2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian diatas mengenai pengaruh, maka konseptual penelitian dalam penelitian ini secara ringkas dapat dilihat di gambar 2.1.sebagai berikut :

