

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan salah satu grand theory yang paling dominan dalam menjelaskan karakteristik perusahaan dan pengambilan keputusan keuangan di dalam sebuah organisasi. Fondasi awal mengenai teori ini diletakkan secara komprehensif oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976 melalui artikel ilmiah mereka yang berjudul “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*”. Jensen dan Meckling mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak kerja sama ketika satu pihak atau lebih (disebut sebagai *principal* atau pemegang saham) mempekerjakan pihak lain (disebut sebagai *agent* atau manajer) untuk memberikan suatu jasa atas nama *principal* (Jensen & Meckling, 1976). Proses pendelegasian ini juga melibatkan pelimpahan sebagian wewenang pengambilan keputusan dari pemegang saham kepada pihak manajemen untuk mengelola operasional perusahaan sehari-hari.

Secara teoretis, hubungan kerja sama ini idealnya bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham. Namun, (Jensen & Meckling, 1976) mengemukakan asumsi dasar bahwa setiap individu pada hakikatnya bertindak secara rasional untuk memaksimalkan utilitas dan kepentingan dirinya sendiri (*self-interest*). Perbedaan posisi dan fungsi di dalam perusahaan ini memicu terjadinya benturan kepentingan (*conflict of interest*) antara

principal dan *agent*. *Principal* menginginkan pengembalian investasi yang maksimal atas modal yang mereka tanamkan melalui kenaikan harga saham dan pembagian dividen. Di sisi lain, *agent* memiliki kecenderungan untuk memprioritaskan kepentingannya pribadi, seperti pemenuhan kompensasi yang tinggi, bonus jangka pendek, fasilitas mewah, keamanan posisi jabatan, hingga pengakuan reputasi profesional mereka di pasar tenaga kerja eksekutif. Akibat adanya dikotomi kepentingan tersebut, manajer sering kali mengambil keputusan strategis yang tidak selaras dengan tujuan utama pemegang saham, yang pada akhirnya memicu timbulnya biaya keagenan (*agency costs*) (Jensen & Meckling, 1976).

Meskipun pemikiran (Jensen & Meckling, 1976) menjadi tonggak awal yang sangat kuat dalam memotret konflik internal, model yang mereka tawarkan dinilai masih memiliki keterbatasan sektoral. Fokus utama dari perspektif Jensen dan Meckling cenderung bersifat "mikro" dan internal, yaitu hanya menyoroti gesekan kepentingan dua arah antara manajemen (*agent*) dengan pemilik modal (*principal*). Dalam konteks makro, kerangka berpikir ini dianggap kurang adaptif dan kurang lengkap dalam memetakan interaksi strategis antara perusahaan sebagai satu kesatuan entitas dengan pihak eksternal, khususnya pemerintah selaku otoritas perpajakan. Keterbatasan ruang lingkup ini kemudian dijabatani dan dilengkapi oleh Kathleen M. Eisenhardt pada tahun 1989 lewat tulisannya "*Agency Theory: An Assessment and Review*". Eisenhardt memperluas domain teori keagenan dari sekadar pendekatan finansial-matematis menjadi pendekatan yang berbasis

organisasi dan perilaku sosial, sehingga mampu menjelaskan dinamika institusional yang lebih kompleks (Eisenhardt, 1989).

(Eisenhardt, 1989) memperkaya teori keagenan dengan mempertegas tiga asumsi mendasar manusia, yaitu sifat mementingkan diri sendiri (*self-interest*), keterbatasan rasionalitas dalam memproses informasi (*bounded rationality*), dan sifat enggan menghadapi risiko (*risk aversion*). Melalui asumsi-asumsi tersebut, (Eisenhardt, 1989) mengintroduksi konsep asimetri informasi (*information asymmetry*), yaitu sebuah kondisi timpang di mana manajer memiliki akses dan kuantitas informasi yang jauh lebih banyak, lebih cepat, serta lebih akurat mengenai kondisi riil operasional dan keuangan perusahaan dibandingkan dengan pihak luar (Eisenhardt, 1989). Melalui modifikasi teoretis dari Eisenhardt ini, hubungan keagenan tidak lagi hanya dipandang secara sempit sebagai hubungan antara pemegang saham dan manajer di dalam internal perusahaan, melainkan dapat ditarik ke ranah hubungan eksternal antara perusahaan (dalam hal ini diwakili oleh manajer sebagai *agent*) dengan bank, pemerintah atau negara yang bertindak sebagai *principal* makro (sosial).

Dalam perluasan teori keagenan perspektif Eisenhardt, pemerintah dapat diposisikan sebagai *principal* yang mendelegasikan wewenang pengelolaan sumber daya ekonomi negara kepada perusahaan, sekaligus pihak yang berhak memungut kontribusi wajib berupa pajak berdasarkan regulasi yang berlaku. Di sisi lain, manajer perusahaan bertindak sebagai *agent* yang berkewajiban melaporkan aktivitas ekonominya secara jujur. Di sinilah letak relevansi penyempurnaan (Eisenhardt, 1989) terhadap fenomena perpajakan. Asimetri informasi yang

dimiliki manajer menciptakan peluang (*moral hazard*) untuk melakukan rekayasa pelaporan keuangan. Manajer memanfaatkan celah perbedaan aturan akuntansi komersial dan akuntansi fiskal untuk menyembunyikan informasi keuntungan yang sebenarnya dari pemerintah demi meminimalkan setoran pajak perusahaan (Eisenhardt, 1989). Dengan demikian, teori keagenan Eisenhardt berhasil melengkapi kekosongan teoretis Jensen dan Meckling dengan menyediakan lensa yang jelas untuk melihat konflik kepentingan dan ketimpangan informasi dalam hubungan tripartit antara Manajer, Pemegang Saham, dan Pemerintah selaku otoritas pajak.

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) pada dasarnya merupakan manifestasi nyata dari konflik keagenan yang terjadi akibat adanya asimetri informasi dan perbedaan utilitas antar-aktor tersebut. Jika merujuk pada motivasi oportunistik konvensional, manajer kerap kali terdorong melakukan tindakan penghindaran pajak secara agresif guna menampilkan performa laba setelah pajak yang tinggi, demi mengamankan insentif finansial pribadi. Kendati demikian, tindakan penghindaran pajak yang terlalu agresif membawa konsekuensi ketidakpastian hukum yang sangat tinggi serta potensi risiko yang besar bagi masa depan perusahaan, seperti denda material dari otoritas pajak, sanksi pidana, hingga rusaknya citra korporasi di mata publik.

Konsekuensi risiko inilah yang memicu bekerjanya asumsi sifat enggan menghadapi risiko (*risk aversion*) pada diri manajer sebagaimana digagas oleh (Eisenhardt, 1989). Manajer sebagai individu memiliki kekhawatiran yang mendalam terhadap kelangsungan karier mereka. Ketika perusahaan terdeteksi

melakukan praktik penghindaran pajak yang agresif atau ilegal, manajer adalah pihak pertama yang akan disorot dan dimintai pertanggungjawaban secara hukum maupun sosial. Terbongkarnya skandal pajak tidak hanya mengancam posisi mereka dari risiko pemecatan oleh pemegang saham yang tidak ingin nilai investasinya anjlok, tetapi juga dapat menghancurkan kredibilitas, integritas, dan reputasi profesional manajer tersebut secara permanen di pasar tenaga kerja eksekutif.

Oleh karena itu, dorongan untuk menjaga reputasi personal dan ketakutan akan risiko kehilangan pekerjaan memaksa manajer untuk bersikap lebih berhati-hati (*risk-averse*). Demi memitigasi risiko-risiko destruktif tersebut, manajer cenderung akan membatasi atau menahan diri dari tindakan-tindakan perencanaan pajak yang terlalu berisiko dan agresif. Manajemen akan lebih memilih untuk mematuhi regulasi perpajakan yang berlaku secara wajar dan aman demi memelihara hubungan yang harmonis dengan pemerintah serta menjaga stabilitas legitimasi perusahaan.

2.1.2. Penghindaran Pajak

2.1.2.1. Definisi Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah tindakan sah yang dilakukan oleh para pembayar pajak untuk mengurangi total pajak yang mereka bayar. Kegiatan ini pada dasarnya memanfaatkan celah, kekurangan, atau insentif yang ada dalam peraturan perpajakan yang berlaku. Meskipun dianggap sah dan berbeda dari penggelapan pajak, penghindaran pajak sering kali dianggap tidak etis karena bisa mengurangi pendapatan pajak yang mungkin diterima negara (Muid et al., 2025)

Secara umum, aktivitas penghindaran pajak memiliki karakteristik khusus, yaitu dilakukan dalam koridor hukum yang berlaku, memanfaatkan ketidaksempurnaan aturan perpajakan, serta kerap kali bertentangan dengan maksud atau substansi asli dari pembentukan undang-undang tersebut (Muid et al., 2025).

Selain memanipulasi transaksi internal, wajib pajak juga dapat melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan suaka pajak (*tax haven countries*) serta penyalahgunaan perjanjian perpajakan (*treaty shopping*). Dalam praktiknya, perusahaan dapat mendirikan entitas bayangan (*shell company*) di negara-negara yang menerapkan tarif pajak sangat rendah atau bahkan nihil untuk menampung konsentrasi laba globalnya. Di samping itu, melalui skema *treaty shopping*, perusahaan mengalirkan hak dividen atau royalti melalui negara perantara guna memperoleh tarif pemotongan pajak (*withholding tax*) yang jauh lebih murah berdasarkan fasilitas perjanjian penghindaran pajak berganda yang tersedia (Muid et al., 2025).

2.1.2.2. Pengukuran Penghindaran Pajak

Untuk mengetahui ukuran besarnya aktivitas penghindaran pajak yang terjadi pada suatu perusahaan, dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

1. Effective Tax Rate (ETR)

Effective Tax Rate (ETR) merupakan metode untuk mengukur penghindaran pajak dengan laba sebelum pajak. Secara matematis, rumus ETR yang dinyatakan oleh (Indriani & Juniarti, 2020) sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Total Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Effective Tax Rate (ETR) merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk menilai kewajiban perpajakan perusahaan sekaligus mengelola beban pajak (Rosmawati & Ginting, 2022). Menurut (Allam, 2022), ETR didefinisikan sebagai rasio yang mengukur besaran pajak yang dibayarkan perusahaan dibandingkan dengan pendapatan ekonomi atau laba bersih yang diperoleh. Rasio ini berfungsi sebagai indikator kunci dalam menganalisis beban pajak perusahaan, karena mampu menunjukkan proporsi laba bersih yang dialokasikan untuk pembayaran pajak.

Perlu dibedakan antara tarif pajak statutori (yang bersifat tetap sesuai undang-undang) dengan ETR. ETR menunjukkan realitas beban pajak yang sesungguhnya ditanggung perusahaan dengan membandingkan jumlah pajak yang dibayar terhadap laba kotor atau laba bersih (Rosmawati & Ginting, 2022). Dengan demikian, ETR memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh pajak terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam kaitannya dengan pendapatan yang dihasilkan (Allam, 2022).

2. *Cash Effective Tax Rate* (CETR)

Pengukuran atas tindakan penghindaran pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan nilai *Cash Effective Tax Rate* (CETR). Indikator CETR mengukur tingkat efisiensi perpajakan dengan cara merefleksikan jumlah pembayaran pajak kas aktual (*cash taxes paid*) yang benar-benar disetorkan perusahaan kepada kas negara pada periode berjalan (Fitrianingsih et al., 2022). Penggunaan nilai kas aktual sebagai pembilang (*numerator*) dalam indikator ini dinilai mampu menggambarkan jumlah riil kas yang dikeluarkan perusahaan untuk

memenuhi kewajiban fiskalnya. Rumus pengujian nilai CETR berdasarkan formulasi yang dikembangkan oleh (Fitrianingsih et al., 2022) dinyatakan sebagai berikut

$$CETR = \frac{\text{Kas yang dikeluarkan untuk pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Menurut penelitian terbaru, mengukur penghindaran pajak dengan menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR) lebih mencerminkan pembayaran pajak aktual suatu perusahaan karena didasarkan pada cash basis sehingga mengurangi distorsi yang disebabkan oleh akuntansi akrual dalam laporan keuangan (Zahri et al., 2025). Nilai CETR yang rendah menunjukkan bahwa suatu perusahaan membayar pajak lebih sedikit dibandingkan keuntungan yang diperolehnya, sehingga menunjukkan adanya praktik penghindaran pajak yang agresif. Praktik tersebut dapat diterapkan melalui berbagai strategi, seperti *transfer pricing* dan pemanfaatan *tax haven* (Ruknan et al., 2024).

3. *Book-Tax Difference* (BTD)

BTD mengukur selisih antara laba komersial (laba menurut laporan keuangan) dengan laba fiskal (laba menurut peraturan perpajakan). Tingginya perbedaan ini mengindikasikan adanya manajemen laba dan perencanaan pajak (Sareng, 2026). Rumus dasar BTD oleh (Susanto, 2022) adalah:

$$BTD = \frac{(\text{Laba akuntansi} - \text{Laba Pajak})}{\text{Total Aset}}$$

Dari tiga pengukuran tadi, diharapkan aktivitas penghindaran pajak bisa diidentifikasi dan diketahui pada suatu perusahaan yang melakukan suatu tindakan penghindaran pajak. Walaupun aktivitas penghindaran pajak ini tidak melanggar

aturan, namun hal tersebut bila dilakukan terus menerus akan memberikan dampak negatif berupa kerugian bagi negara.

2.1.3. *Transfer Pricing*

2.1.3.1. Definisi *Transfer Pricing*

Secara teoretis, *transfer pricing* atau harga transfer merupakan sebuah kebijakan internal yang diterapkan oleh perusahaan multinasional maupun grup perusahaan yang saling terafiliasi dalam menetapkan harga atas transaksi barang, penyerahan jasa, maupun pemanfaatan aset tidak berwujud seperti hak paten dan merek dagang (Muid et al., 2025). Praktik ini melibatkan entitas-entitas yang dikategorikan sebagai pihak yang memiliki hubungan istimewa (*related parties*), baik dalam satu yurisdiksi domestik maupun lintas batas negara (*cross-border*) (Muid et al., 2025). Hubungan istimewa ini dapat terbentuk karena adanya faktor kepemilikan saham di mana satu induk mengendalikan anak perusahaan, adanya kendali manajerial dan operasional, maupun karena adanya hubungan kekeluargaan yang erat di tingkat kepengurusan utama perusahaan (Muid et al., 2025).

Dalam konteks akuntansi dan perpajakan global, penetapan harga transfer sering kali menjadi perhatian khusus lantaran nilai nominal transaksi yang disepakati oleh pihak-pihak terafiliasi rentan tidak mencerminkan harga pasar wajar, berbeda halnya jika transaksi tersebut dilakukan oleh dua entitas independen yang tidak saling berkaitan (Muid et al., 2025). Oleh karena itu, bagi perusahaan, *transfer pricing* dipandang sebagai instrumen strategis alokasi sumber daya, sedangkan bagi otoritas fiskal, praktik ini diawasi secara ketat guna mencegah distorsi penerimaan pajak negara.

Perusahaan dengan struktur multinasional (*Multination Corporations*) menerapkan kebijakan harga transfer bukan tanpa alasan, melainkan didorong oleh beberapa motif bisnis yang sah secara hukum maupun motif tata kelola internal. Menurut (Muid et al., 2025), terdapat beberapa tujuan utama korporasi melakukan transfer pricing:

1. Manajemen Laba Internal (*Internal Profit Management*): Digunakan untuk mengalokasikan profitabilitas global secara efisien ke berbagai unit bisnis atau anak perusahaan di seluruh dunia guna mempermudah proses evaluasi kinerja manajemen.
2. Pengelolaan Arus Kas (*Cash Flow Management*): Menjadi media mentransfer dana antar-anak perusahaan secara optimal, terutama sebagai solusi operasional ketika menghadapi restriksi repatriasi laba atau regulasi kontrol devisa di suatu negara.
3. Pengoptimalan Pendanaan: Meminimalkan biaya modal kelompok usaha dengan cara memanfaatkan kelebihan likuiditas pada satu entitas untuk mendanai kebutuhan operasional entitas terafiliasi lainnya.
4. Alokasi Biaya dan Sumber Daya: Mencapai transparansi pembebanan biaya bersama (*shared services*), biaya overhead, serta alokasi sumber daya riset dan pengembangan (R&D) agar tercipta akuntabilitas manajemen di seluruh grup.
5. Mitigasi Risiko Keuangan dan Persaingan: Mengelola eksposur risiko fluktuasi valuta asing dan risiko politik di negara berisiko tinggi, menekan beban bea masuk barang impor, serta memperkuat daya saing anak

perusahaan lokal di pasar tujuan agar mampu menawarkan harga yang kompetitif bagi konsumen akhir.

Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's Length Principle*) merupakan fondasi hukum internasional dan pilar krusial dalam regulasi *transfer pricing* global yang diadopsi oleh OECD, PBB, serta otoritas perpajakan di berbagai negara (Muid et al., 2025). Prinsip ini menegaskan bahwa nilai atau harga transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa wajib diatur sedemikian rupa agar setara dan serupa dengan kondisi transaksi independen yang dilakukan di pasar wajar (*comparable uncontrolled transaction*) (Muid et al., 2025). Berdasarkan OECD Transfer Pricing Guidelines (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2022), pemenuhan prinsip ALP ini wajib dibuktikan oleh wajib pajak melalui proses Analisis Keterbandingan (*Comparability Analysis*) yang mendalam, meliputi pengujian atas karakteristik barang atau jasa, analisis fungsional (analisis atas fungsi, aset, dan risiko yang ditanggung masing-masing entitas), penelaahan klausul kontrak transaksi, hingga kondisi ekonomi pasar geografis yang memengaruhi transaksi.

Di Indonesia, penegakan prinsip ALP diatur secara rigid dalam regulasi domestik hukum positif perpajakan. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) atas perubahan Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh), Direktur Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa sesuai dengan prinsip

kewajaran dan kelaziman usaha. Aturan teknis mengenai penerapan prinsip ini kemudian dipertegas melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 172 Tahun 2023, yang mengintegrasikan aspek kepatuhan, penentuan harga transfer, serta kewajiban dokumentasi lokal dan induk bagi wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi di Indonesia.

Apabila kebijakan *transfer pricing* diterapkan secara agresif dan menyimpang dari prinsip ALP, maka tindakan tersebut berubah menjadi strategi penghindaran pajak melalui skema penggeseran laba (*Profit Shifting*) (Muid et al., 2025). Skema ini dijalankan dengan cara merekayasa harga transaksi internal secara artifisial, misalnya menjual produk terlalu murah ke anak perusahaan di negara bertarif pajak rendah (*tax haven*) atau membebankan biaya royalti dan jasa manajemen yang terlampau tinggi pada entitas di negara bertarif pajak tinggi, sehingga laba grup secara global menumpuk di area yang minim beban pajak (Muid et al., 2025).

Dalam penelitian empiris berbasis akuntansi dan perpajakan, variabel transfer pricing tidak dapat diukur secara langsung melalui nilai nominal absolut karena sifat datanya yang sangat bervariasi antar-skala perusahaan. Oleh karena itu, pengukurannya diproksikan melalui nilai transaksi pihak afiliasi atau Related Party Transactions (RPT) [Penulis, 2026]. Sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 7, perusahaan wajib mengungkapkan seluruh transaksi dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa dalam catatan atas laporan keuangan (CALK).

2.1.3.2. Pengukuran dan Indikator *Transfer Pricing*

Indikator *transfer pricing* (TP) yang paling umum digunakan untuk menggambarkan aktivitas *transfer pricing* adalah rasio piutang dari transaksi pihak berelasi terhadap total piutang perusahaan. Pengukuran tersebut dilakukan dengan membandingkan total piutang pihak berelasi dengan keseluruhan piutang perusahaan sehingga dapat mencerminkan tingkat intensitas transaksi afiliasi yang dilakukan perusahaan (Ramadhan & Purnamasari, 2025). Secara sistematis, rumus pengukuran variabel *transfer pricing* (TP) dihitung menggunakan formula oleh (F. A. Ramadhan & Purnamasari, 2025) sebagai berikut :

$$TP = \frac{\text{Piutang pihak berelasi}}{\text{Total piutang usaha}}$$

2.1.4. *Leverage*

2.1.4.1. Definisi *Leverage*

Leverage merupakan indikator fundamental yang mengukur kapasitas entitas bisnis dalam memenuhi komitmen finansial jangka panjangnya. Secara esensial, metrik ini merefleksikan komposisi struktur modal antara pembiayaan eksternal (liabilitas) dan internal (ekuitas). Salah satu parameter kunci dalam analisis *leverage* adalah Debt to Equity Ratio (DER), suatu alat ukur yang memetakan proporsi relatif antara total liabilitas terhadap modal pemegang saham.

2.1.4.2. Pengukuran *Leverage*

Terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *leverage*, yaitu:

1. *Debt to Total Assets* (DAR)

DAR membandingkan total utang (baik jangka pendek maupun jangka panjang) dengan total aset perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dapat menutupi utangnya. Rumus DAR menurut (Wahyuni & Budiarti, 2020) adalah:

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

DER mengukur perbandingan antara total utang (termasuk utang lancar) dengan total ekuitas. Rasio ini menggambarkan proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang dibandingkan modal sendiri (Wahyuni & Budiarti, 2020). Rumus DER adalah:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Time Interest Earned* (TIE)

TIE menghubungkan laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran bunga. Rumus TIE oleh (Firdaus & Handayani, 2024) adalah:

$$TIE = \frac{EBIT}{\text{Beban Bunga}}$$

4. *Fixed Charge Coverage* (FCC)

FCC mengukur kemampuan perusahaan dalam menutup seluruh beban tetap, termasuk bunga, sewa, dan dividen saham preferen (Arsyanti et al., 2025). Rumus FCC adalah:

$$FCC = \frac{EBIT + Bunga + Pembayaran Sewa}{Bunga + Pembayaran Sewa}$$

2.1.5. Pertumbuhan Penjualan

2.1.5.1. Definisi Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) merupakan rasio yang vital dalam menilai kinerja dan prospek keberlanjutan perusahaan. Kondisi pertumbuhan yang positif menjadi daya tarik utama bagi investor dan menentukan seberapa lama perusahaan dapat eksis di pasar.

Secara umum, *Pertumbuhan Penjualan* merepresentasikan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan volume atau nilai penjualannya dalam suatu periode dibandingkan dengan periode sebelumnya (Kasmir, 2021). Konsep ini juga merujuk pada stabilitas peningkatan jumlah penjualan yang berhasil dicapai perusahaan dari satu tahun buku ke tahun buku berikutnya (Van Horne & Wachowicz, 2023).

Dengan demikian, *Pertumbuhan Penjualan* dapat disimpulkan sebagai rasio yang mengukur peningkatan agregat total penjualan perusahaan dari tahun ke tahun, yang mencerminkan ekspansi operasional dan keberhasilan strategi pemasaran perusahaan.

Pertumbuhan penjualan yang dicapai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal:

1. Sumber Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan yang mendorong *Pertumbuhan Penjualan* secara fundamental bersumber dari dua hal utama (Hani & Rahmi, 2024):

- Meningkatkan Volume Penjualan: Kenaikan jumlah unit produk atau jasa yang berhasil dijual.
- Kenaikan Harga Jual: Peningkatan harga per unit produk atau jasa.

2. Kapasitas Pendanaan Internal

Kemampuan finansial perusahaan untuk membiayai pertumbuhan juga menjadi faktor kunci, yang terbagi menjadi dua tingkatan (Hani & Rahmi, 2024):

- *Internal Growth Rate*: Tingkat pertumbuhan penjualan maksimal yang dapat dicapai hanya dengan mengandalkan laba ditahan (dana internal), tanpa memerlukan pendanaan dari luar.
- *Sustainable Growth Rate*: Tingkat pertumbuhan penjualan maksimal yang dapat dicapai tanpa menerbitkan ekuitas baru, namun perusahaan tetap memelihara rasio utang terhadap modalnya pada tingkat yang stabil.

3. Kondisi Pasar

Faktor eksternal yang signifikan adalah kondisi pasar tempat perusahaan beroperasi. *Pertumbuhan Penjualan* sangat dipengaruhi oleh dinamika pasar yang meliputi:

- Jenis dan Segmen Pasar: Karakteristik pasar dan kelompok pembeli yang ditargetkan.
- Daya Beli Konsumen: Kapasitas finansial pembeli sasaran.

- Frekuensi Pembelian: Tingkat pengulangan transaksi oleh konsumen.

2.1.5.2. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Dalam studi ini, Rasio Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) digunakan sebagai indikator utama untuk mengukur peningkatan pendapatan perusahaan. Rasio ini sangat relevan karena mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengembangkan operasi usahanya, yang pada akhirnya akan memengaruhi rasio keuangan lainnya.

Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi mengisyaratkan kebutuhan perusahaan akan investasi aset yang lebih besar (baik aset tetap maupun aset lancar), yang menuntut manajemen untuk menyiapkan sumber pendanaan yang memadai. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang pesat umumnya dianggap lebih sehat dan memiliki potensi untuk memberikan pengembalian dan dividen yang lebih tinggi (Kasmir, 2021).

Indikator *Pertumbuhan Penjualan* dihitung menggunakan rumus berikut (Kasmir, 2021):

$$SG = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t - 1}{\text{Penjualan } t - 1} \times 100\%$$

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel penting dalam penelitian keuangan yang menggambarkan skala atau besar kecilnya suatu entitas bisnis. Berdasarkan pendapat (Pratiwi & Fauzan, 2024), ukuran perusahaan dapat diukur melalui berbagai indikator keuangan dan non-keuangan, antara lain nilai ekuitas, volume penjualan, jumlah tenaga kerja, serta total nilai aset yang dimiliki.

Dalam praktik penelitian empiris, (Estiasih et al., 2024) merekomendasikan penggunaan logaritma natural dari total aset sebagai proksi untuk mengukur ukuran perusahaan, dengan tingkat pengukuran menggunakan skala rasio yang memungkinkan dilakukannya berbagai analisis statistik lebih lanjut.

Pemilihan total aset sebagai dasar pengukuran didasarkan pada pertimbangan bahwa aset mencerminkan kapasitas produktif perusahaan dan relatif lebih stabil dibandingkan indikator lain seperti penjualan yang mungkin fluktuatif. Penggunaan transformasi logaritma natural dalam pengukurannya bertujuan untuk menormalisasi distribusi data dan meminimalkan efek skala yang mungkin timbul akibat perbedaan ukuran perusahaan yang sangat besar antara satu entitas dengan entitas lainnya. Pendekatan ini telah banyak diadopsi dalam berbagai penelitian di bidang keuangan dan akuntansi karena kemampuannya dalam memberikan gambaran yang lebih akurat tentang skala perusahaan.

Berdasarkan penelitian (Pratiwi & Fauzan, 2024), sebagai subjek wajib pajak, dimensi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap strategi pemenuhan kewajiban fiskalnya. Ukuran perusahaan yang diindikasikan melalui besaran total aset tidak hanya mencerminkan skala operasional perusahaan, tetapi juga berpotensi memengaruhi kecenderungan praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor: (1) proporsionalitas aset terhadap kapasitas produksi, (2) skala pendapatan yang dihasilkan, serta (3) implikasi terhadap kewajiban pajak yang harus dibayarkan. Perusahaan dengan aset lebih besar cenderung memiliki produktivitas dan profitabilitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berdampak pada beban pajak yang lebih signifikan.

Kerangka hukum Indonesia melalui UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan perusahaan ke dalam empat strata berdasarkan skala usahanya, yaitu: (1) usaha mikro, (2) usaha kecil, (3) usaha menengah, dan (4) usaha besar. Gusti Maya Sari (2024) menjelaskan bahwa total aktiva menjadi indikator utama dalam menilai tingkat kedewasaan dan prospek jangka panjang suatu perusahaan. Dalam konteks manajemen pajak, perusahaan berskala besar cenderung lebih hati-hati dalam mengelola risiko perpajakannya karena pertimbangan reputasi dan kapasitas sumber daya. Sebaliknya, sebagaimana diungkapkan (David et al., 2024), keterbatasan akses terhadap tenaga ahli perpajakan seringkali menjadi kendala utama bagi perusahaan kecil dalam mengoptimalkan kebijakan perpajakannya.

A. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, merujuk pada kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan, dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang tersebut.
2. Usaha Kecil, didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri oleh perorangan atau badan usaha, tanpa memiliki hubungan kepemilikan, penguasaan, atau keterkaitan—baik langsung maupun tidak langsung—dengan usaha menengah atau besar, serta memenuhi persyaratan yang diatur dalam peraturan tersebut.
3. Usaha Menengah, merupakan usaha ekonomi produktif yang bersifat independen, dikelola oleh perorangan atau badan usaha, dan tidak terafiliasi

dengan usaha kecil atau besar dalam hal kepemilikan, kendali, atau struktur. Kriteria kekayaan bersih atau omzet tahunannya mengacu pada ketentuan undang-undang.

4. Usaha Besar, mencakup kegiatan ekonomi produktif yang dioperasikan oleh badan usaha dengan nilai kekayaan bersih atau pendapatan tahunan melebihi usaha menengah. Kelompok ini meliputi perusahaan nasional (milik negara atau swasta), joint venture, serta perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia.

Tabel 2. 1 Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah & 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	>500 juta - 10 M	2,5 M - 50 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

Sumber: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

Menurut (Rudangga dan Sudiarta, 2020), jumlah aset perusahaan dapat menjadi indikator ukuran perusahaan. Ada tiga variabel utama yang menjadi penentu ukuran perusahaan: jumlah aset, pendapatan, dan kapitalisasi pasar. Ketiga aspek ini berfungsi sebagai tanda penting untuk mengelompokkan ukuran perusahaan.

Sebaliknya, (Taliyang, 2021) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan menggunakan logaritma natural dari jumlah aset. Teknik

ini menggunakan rasio di mana penghitungan ukuran perusahaan didasarkan pada nilai logaritma dari total aset untuk memperkecil pengaruh perbedaan skala yang terlalu besar.

2.1.7. Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai pengalaman suatu perusahaan dalam beroperasi serta dampaknya terhadap kinerja. Perusahaan yang telah lama berjalan cenderung memiliki efisiensi yang lebih baik dalam hal pengendalian biaya dan peningkatan kualitas produksi karena pengalaman yang dimilikinya. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Selain itu, semakin banyak pengalaman yang diperoleh perusahaan, tingkat kompetensinya juga akan semakin meningkat. Keberadaan perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang akan memperkuat reputasi dan keunggulannya di mata masyarakat. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan juga akan tumbuh seiring dengan lamanya perusahaan beroperasi, karena dianggap mampu memberikan jaminan kualitas produk atau layanan yang konsisten. Umur perusahaan dihitung berdasarkan selisih waktu antara tanggal pendirian perusahaan hingga periode pelaporan keuangan terakhir.

Umur Perusahaan = Tahun Tutup Buku – Tahun Berdirinya Perusahaan

2.2. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dalam penelitian ini dikemukakan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini yaitu:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hisar Pangaribuan, Jouse Fernando HB, Sukrisno Agoes, Jenny Sihombing, Denok Sunarsi (2021)	<i>The Financial Perspective Study on Tax Avoidance</i>	<i>Transfer Pricing, Leverage, profitability, sales growth.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>transfer pricing</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>tax avoidance</i> . Sementara itu, <i>leverage</i> , profitabilitas, dan <i>sales growth</i> masing-masing berpengaruh signifikan terhadap <i>tax avoidance</i> (Pangaribuan et al., 2021).
2	Marcellino (2025)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Leverage</i> , <i>Transfer Pricing</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Pertumbuhan penjualan, <i>leverage</i> , <i>transfer pricing</i> , ukuran perusahaan, penghindaran pajak	Penelitian membuktikan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak, sedangkan pertumbuhan penjualan, <i>transfer pricing</i> , dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Tahun 2019–2023		signifikan (Marcellino, 2025).
3	Josephine, Purwanto, Mardjono dan Ratnawati (2026)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> terhadap <i>Tax Avoidance</i> dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , <i>Tax Avoidance</i> , Ukuran Perusahaan	Penelitian membuktikan bahwa profitabilitas, <i>leverage</i> , dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan negatif terhadap penghindaran pajak (Josephine et al., 2026)
4	Eko Cahyo Mayndarto (2021)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak (Mayndarto, 2022)
5	Catherine Natasya, Oktavia dan Hartoni	Pengaruh <i>Transfer Pricing</i> , <i>Tunneling</i>	<i>Transfer Pricing</i> , <i>Tunneling Incentive</i> ,	Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Incentive</i> , dan Keahlian Keuangan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak	Keahlian Keuangan Komite Audit, Penghindaran Pajak	adalah <i>transfer pricing</i> dan keahlian keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, sementara <i>tunneling incentive</i> berpengaruh signifikan positif terhadap penghindaran pajak (Natasya et al., 2024).
6	Andreas Deny Prayoga dan Farrid Addy Sumantri (2023)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, <i>Tax Avoidance</i>	Hasil riset ini menunjukkan bahwa <i>leverage</i> secara parsial berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> , profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> , ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> , kepemilikan manajerial

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				secara parsial tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> (Prayoga & Sumantri, 2023)
7	Irvan Gulo (2025)	Pengaruh Umur Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak	Umur perusahaan, leverage, likuiditas, capital intensity, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, penghindaran pajak	Penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh umur perusahaan, leverage, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur (Gulo, 2026).
8	Salma Mustika Ainniyya, Ati Sumiati, Santi Susanti	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Tax Avoidance</i>	<i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, <i>Tax Avoidance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak, ukuran

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak (Ainniyya et al., 2021)
9	Fadilah Amal Ramadhan dan Dyah Purnamasari (2025)	Pengaruh <i>Transfer Pricing</i> , Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Penghindaran Pajak	<i>Transfer Pricing</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Penghindaran Pajak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>transfer pricing</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Sementara itu, <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (F. A. Ramadhan & Purnamasari, 2025).
10	Sartika Eka Suciati dan Enan Trivansyah Sastri (2024)	Pengaruh <i>Transfer Pricing</i> , Umur Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak	<i>Transfer Pricing</i> , Umur Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Penghindaran Pajak	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa <i>Transfer pricing</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, Umur perusahaan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				berpengaruh terhadap penghindaran pajak, Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (Suciati & Sastri, 2024)
11	Gracesya Devina Rahardja dan Ngadiman (2024)	Pengaruh <i>Transfer Pricing, Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance</i>	<i>Transfer Pricing, Sales Growth, Leverage, Tax Avoidance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>transfer pricing</i> dan <i>sales growth</i> berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i> , sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i> (Rahardja & Ngadiman, 2024).

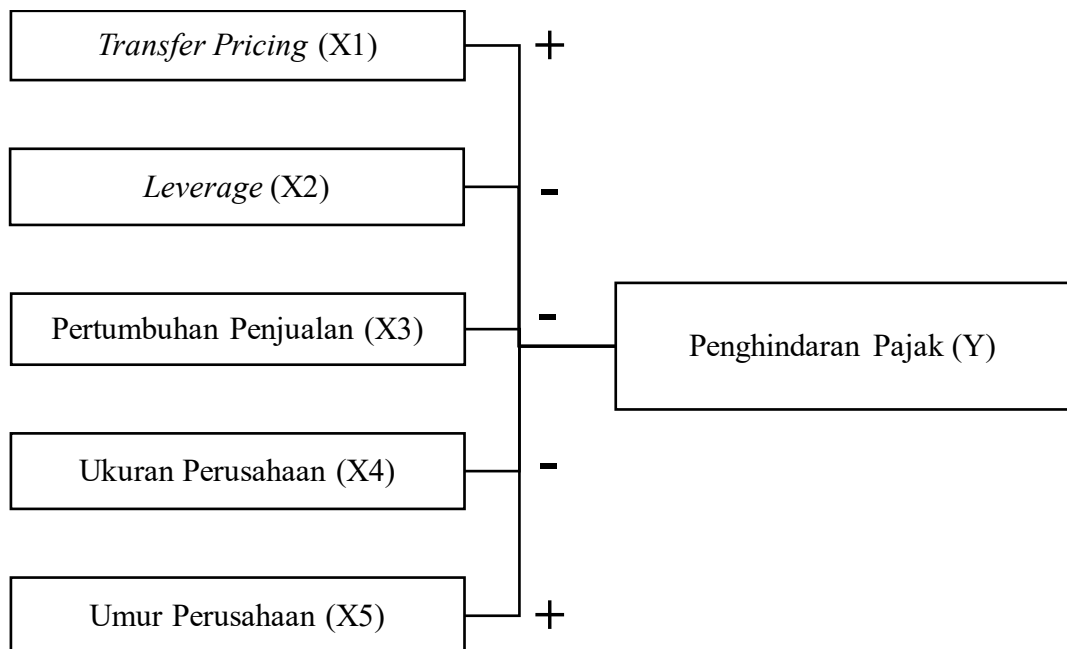
2.3. Kerangka Berpikir

Studi ini menganalisis hubungan struktural antara lima variabel independen yaitu harga *transfer*, *leverage*, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan umur perusahaan pada praktik penghindaran pajak. Fokus

penelitian pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021 hingga 2024.

Kerangka ini dirancang untuk menguji bagaimana karakteristik fundamental perusahaan berinteraksi dengan strategi pengoptimalan pajak, menggunakan pendekatan analitis kuantitatif untuk mengungkap pola hubungan sebab-akibat antar variabel tersebut.

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



2.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun berdasarkan teori sebagai jawaban atas permasalahan penelitian, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan secara empiris. Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.4.1. Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap Penghindaran Pajak

Transfer pricing merupakan kebijakan perusahaan dalam menentukan harga atas transaksi yang dilakukan dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Dalam perusahaan multinasional, *transfer pricing* sering digunakan sebagai sarana untuk mengalokasikan pendapatan dan biaya antar entitas yang berada di negara dengan tarif pajak yang berbeda (Suwandi et al., 2023). Melalui penentuan harga transfer tertentu, perusahaan dapat menggeser laba dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah sehingga beban pajak perusahaan secara keseluruhan dapat diminimalkan (Richardson et al., 2022).

Berdasarkan teori agensi, manajemen sebagai agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan melalui berbagai strategi, termasuk melakukan perencanaan pajak yang agresif guna menekan beban pajak yang harus dibayarkan (Jensen & Meckling, 1976). Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah *transfer pricing*, yaitu dengan mengatur harga transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa untuk mengalihkan laba ke entitas yang berada di yurisdiksi dengan tarif pajak lebih rendah (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2022). Oleh karena itu, semakin tinggi praktik *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan, semakin besar peluang perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak.

Penghindaran pajak merupakan upaya perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak secara legal dengan memanfaatkan celah yang terdapat dalam peraturan perpajakan (Mulyati et al., 2019). *Transfer pricing* sering dikaitkan dengan praktik penghindaran pajak karena dapat digunakan sebagai mekanisme

income shifting yang memungkinkan perusahaan mengurangi laba kena pajak pada negara dengan tarif pajak yang lebih tinggi (Juliana et al., 2024).

Secara empiris, penelitian (Maulana, 2024), (Olivia, 2026), serta (Ramadhan & Purnamasari, 2025) menunjukkan bahwa *transfer pricing* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi aktivitas *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Transfer pricing* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2.4.2. Pengaruh *Leverage* terhadap Penghindaran Pajak

Leverage merupakan tingkat penggunaan utang oleh perusahaan dalam membiayai aktivitas operasional maupun investasinya. Dalam penelitian perpajakan, *leverage* umumnya dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan pendanaan berbasis utang untuk memperoleh manfaat pajak melalui beban bunga. Semakin tinggi *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki proporsi utang yang lebih besar dibandingkan modal sendiri. Beban bunga yang timbul dari penggunaan utang dapat diakui sebagai pengurang laba kena pajak sehingga secara langsung menurunkan jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan.

Hubungan negatif antara *leverage* dan penghindaran pajak menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka tingkat penghindaran

pajak justru semakin rendah. Kondisi tersebut terjadi karena perusahaan yang memiliki utang tinggi telah memperoleh manfaat penghematan pajak secara alami melalui beban bunga pinjaman. Dengan adanya pengurangan laba kena pajak dari beban bunga tersebut, perusahaan tidak lagi memiliki dorongan yang besar untuk melakukan praktik penghindaran pajak secara agresif. Artinya, penggunaan utang telah menjadi mekanisme yang membantu perusahaan menekan beban pajak tanpa harus melakukan strategi penghindaran pajak lainnya.

Selain itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung berada dalam pengawasan yang lebih ketat dari kreditur. Kreditur memiliki kepentingan untuk memastikan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban pembayaran pokok maupun bunga pinjaman secara tepat waktu. Oleh karena itu, kreditur biasanya menuntut perusahaan untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan dan berhati-hati dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam kebijakan perpajakan. Pengawasan tersebut menyebabkan perusahaan cenderung menghindari praktik penghindaran pajak yang terlalu agresif karena dapat meningkatkan risiko hukum, sanksi perpajakan, serta menurunkan kepercayaan kreditur terhadap kondisi perusahaan.

hubungan negatif antara *leverage* dan penghindaran pajak dapat dianalisis melalui lensa asimetri informasi antara pemegang saham dan manajemen dalam teori keagenan. (Desai dan Dharmapala, 2020) menjelaskan bahwa praktik penghindaran pajak yang rumit sering kali digunakan oleh manajer sebagai "topeng" untuk menyembunyikan tindakan oportunistik lain yang merugikan pemegang saham, seperti pemborosan biaya atau tunjangan berlebih. Namun,

ketika perusahaan memutuskan untuk meningkatkan *leverage*, struktur modal tersebut memaksa perusahaan masuk ke dalam radar pengawasan yang lebih ketat oleh pasar keuangan dan lembaga pemeringkat utang (Blaufus et al., 2022).

Meningkatnya pemantauan pihak ketiga ini secara tidak langsung mengurangi asimetri informasi antara pemegang saham (*principal*) dan manajer (*agent*). Pemegang saham kini memiliki visibilitas yang lebih baik terhadap aktivitas manajerial karena adanya transparansi wajib yang dituntut oleh struktur utang (Taylor et al., 2023). Akibat berkurangnya ruang untuk menyembunyikan tindakan oportunistik, manajer memilih untuk mengurangi aktivitas pajak yang agresif guna menghindari risiko litigasi, denda, atau reputasi buruk yang dapat memicu kemarahan pemegang saham (Annuar et al., 2021). Oleh karena itu, tingginya *leverage* memperketat kontrol pemegang saham atas manajer, sehingga menurunkan tingkat penghindaran pajak.

Beberapa penelitian, seperti (Antoni, 2021) dan (Lestari, 2024), mendukung adanya hubungan negatif antara *leverage* dan penghindaran pajak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung memiliki tingkat penghindaran pajak yang lebih rendah karena perusahaan telah memperoleh manfaat pengurangan pajak dari beban bunga utang. Namun, penelitian lain seperti (Jaya, 2021) dan (Permata et al., 2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Penghindaran Pajak.

2.4.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Penghindaran Pajak

Sales growth merupakan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan melalui aktivitas operasionalnya. Semakin tinggi *sales growth* menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan usaha yang baik serta memiliki kondisi operasional yang stabil. Pertumbuhan penjualan yang tinggi juga dapat mencerminkan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk atau jasa perusahaan sehingga perusahaan memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Hubungan negatif antara *sales growth* dan penghindaran pajak menunjukkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan, maka tingkat penghindaran pajak justru semakin rendah. Kondisi tersebut dapat terjadi karena perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih baik dan kemampuan yang lebih besar dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan secara konsisten umumnya lebih berfokus pada menjaga stabilitas operasional, reputasi perusahaan, dan kepercayaan investor dibandingkan melakukan praktik penghindaran pajak yang agresif. Oleh karena itu, perusahaan dengan *sales growth* yang tinggi cenderung lebih patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

Selain itu, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi biasanya lebih menjadi perhatian investor, kreditur, maupun pemerintah. Tingginya perhatian dari pihak eksternal menyebabkan perusahaan lebih berhati-hati dalam

mengambil keputusan, termasuk kebijakan perpajakan. Perusahaan akan cenderung menghindari praktik penghindaran pajak yang agresif karena dapat menimbulkan risiko pemeriksaan pajak, sanksi, maupun penurunan reputasi perusahaan di mata publik. Dengan demikian, semakin tinggi *sales growth* perusahaan, maka kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak akan semakin rendah.

Hubungan negatif tersebut juga dapat dijelaskan melalui teori keagenan yang dikemukakan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling serta dikembangkan oleh Kathleen M. Eisenhardt. Dalam teori keagenan, manajemen sebagai agent memiliki tanggung jawab untuk mengelola perusahaan sesuai kepentingan principal. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung menghadapi pengawasan yang lebih besar dari investor dan pemegang saham karena dianggap memiliki prospek usaha yang baik. Pengawasan tersebut membatasi tindakan oportunistik manajemen, termasuk dalam melakukan praktik penghindaran pajak yang agresif. Akibatnya, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam menjalankan kebijakan perpajakan guna menjaga kinerja dan kepercayaan para pemangku kepentingan.

Selain hubungan antara manajemen dan pemegang saham, Kathleen M. Eisenhardt juga menjelaskan bahwa teori keagenan dapat menggambarkan hubungan perusahaan dengan pemerintah sebagai pihak yang mengawasi kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perpajakan. Perusahaan dengan tingkat *sales growth* yang tinggi umumnya memiliki aktivitas operasional dan pendapatan yang besar sehingga lebih mudah menjadi perhatian otoritas pajak. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajiban

perpajakan agar terhindar dari pemeriksaan maupun sanksi perpajakan. Oleh karena itu, semakin tinggi *sales growth* perusahaan, maka praktik penghindaran pajak cenderung menurun.

Beberapa penelitian, seperti (Dewinta & Setiawan, 2024) dan (Hidayat, 2021), mendukung adanya hubungan negatif antara *sales growth* dan penghindaran pajak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan dan menghindari praktik penghindaran pajak yang agresif. Namun, penelitian lain seperti (Oktamawati, 2021) dan (Wijayanti & Merkusiwati, 2022) menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif terhadap Penghindaran Pajak.

2.4.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, total penjualan, maupun total pendapatan yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya, aktivitas operasional, dan kemampuan finansial yang lebih besar dibandingkan perusahaan berskala kecil. Perusahaan besar umumnya juga memiliki sistem pengelolaan dan pengawasan yang lebih baik dalam menjalankan kegiatan operasional maupun kebijakan perpajakan.

Hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan penghindaran pajak menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka tingkat penghindaran pajak justru semakin rendah. Kondisi tersebut dapat terjadi karena perusahaan besar

cenderung menjadi pusat perhatian pemerintah, investor, kreditur, maupun masyarakat. Tingginya perhatian dari berbagai pihak menyebabkan perusahaan besar lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan perpajakan agar tidak menimbulkan risiko pemeriksaan, sanksi, maupun kerusakan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung lebih menjaga kepatuhan perpajakan dibandingkan melakukan praktik penghindaran pajak yang agresif.

Selain itu, perusahaan besar umumnya memiliki tata kelola perusahaan dan sistem pengendalian internal yang lebih baik dibandingkan perusahaan kecil. Pengawasan yang lebih ketat dari auditor, komisaris, investor, serta otoritas perpajakan menyebabkan ruang manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik menjadi lebih terbatas. Dengan adanya sistem pengawasan tersebut, perusahaan besar cenderung lebih transparan dalam menyajikan laporan keuangan dan menjalankan kewajiban perpajakannya. Akibatnya, semakin besar ukuran perusahaan, maka kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak akan semakin rendah.

Hubungan negatif tersebut juga dapat dijelaskan melalui teori keagenan yang dikemukakan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling serta dikembangkan oleh Kathleen M. Eisenhardt. Dalam teori keagenan, konflik kepentingan dapat terjadi antara manajemen sebagai agent dengan pemegang saham sebagai principal. Manajemen memiliki kemungkinan untuk bertindak oportunistik demi kepentingannya sendiri, termasuk dalam kebijakan perpajakan. Namun, perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki mekanisme pengawasan yang lebih kuat dari para pemegang saham dan pihak eksternal sehingga tindakan

oportunistik manajemen dapat ditekan. Pengawasan tersebut menyebabkan perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan praktik penghindaran pajak yang agresif.

Selain hubungan antara manajemen dan pemegang saham, Kathleen M. Eisenhardt juga menjelaskan bahwa teori keagenan dapat menggambarkan hubungan perusahaan dengan pemerintah sebagai pihak eksternal yang memiliki kepentingan terhadap kepatuhan perusahaan. Perusahaan besar umumnya memiliki kontribusi pajak yang besar terhadap penerimaan negara sehingga lebih mudah menjadi perhatian otoritas perpajakan. Tingginya pengawasan dari pemerintah menyebabkan perusahaan besar cenderung menjaga kepatuhan perpajakan dan menghindari praktik penghindaran pajak yang dapat menimbulkan risiko hukum maupun penurunan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan, maka praktik penghindaran pajak cenderung menurun.

Beberapa penelitian, seperti (Mulyati et al., 2019) dan (Oktavia & Safii, 2022), mendukung adanya hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan penghindaran pajak. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan besar cenderung lebih berhati-hati dalam menjalankan kebijakan perpajakan karena berada dalam pengawasan yang lebih tinggi dari berbagai pihak. Namun, penelitian lain seperti (Vicka, 2020), (Zul Akbar et al., 2020), dan (Abdul Basir et al., 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.

2.4.5. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak

Umur perusahaan mencerminkan lamanya perusahaan menjalankan kegiatan operasional sejak perusahaan didirikan hingga periode penelitian (Hamdani et al., 2020). Semakin lama perusahaan beroperasi, semakin tinggi pengalaman dan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnis maupun kewajiban perpajakannya (Hamdani et al., 2020). Perusahaan yang telah lama beroperasi umumnya memiliki sumber daya yang lebih kuat, sistem manajemen yang lebih matang, serta pemahaman yang lebih baik terhadap regulasi perpajakan dibandingkan perusahaan yang relatif baru berdiri (Ramdhani & Anggraini, 2025).

Berdasarkan teori agensi, manajemen sebagai agen berupaya memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui peningkatan laba perusahaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menekan berbagai biaya perusahaan, termasuk beban pajak (Jensen & Meckling, 1976). Perusahaan yang telah lama beroperasi cenderung memiliki pengalaman yang lebih luas dalam memahami ketentuan perpajakan serta peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan perencanaan pajak secara efektif (Ramdhani & Anggraini, 2025). Pengalaman tersebut memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi perpajakan yang lebih baik guna meminimalkan kewajiban pajaknya tanpa melanggar ketentuan yang berlaku.

Selain itu, semakin lama perusahaan beroperasi maka semakin banyak informasi dan pengetahuan yang dimiliki mengenai sistem perpajakan serta berbagai perubahan regulasi yang terjadi dari waktu ke waktu. Kondisi ini dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam melakukan tax planning dan

memanfaatkan celah-celah yang tersedia dalam peraturan perpajakan untuk mengurangi beban pajak perusahaan (Ramdhani & Anggraini, 2025). Dengan demikian, perusahaan yang memiliki umur lebih panjang cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk melakukan penghindaran pajak dibandingkan perusahaan yang masih berusia muda.

Penelitian (Ziliwu & Ajimat, 2021) menunjukkan bahwa umur perusahaan dapat memperkuat hubungan karakteristik perusahaan dengan penghindaran pajak, yang mengindikasikan bahwa perusahaan yang telah lama beroperasi memiliki pengalaman yang lebih besar dalam melakukan perencanaan perpajakan. Semakin tinggi pengalaman yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menyusun strategi perpajakan yang dapat menekan beban pajak. Oleh karena itu, umur perusahaan diduga memiliki hubungan positif dengan penghindaran pajak.

H5: Umur Perusahaan berpengaruh positif terhadap Penghindaran Pajak