

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Setiap tahun pemerintah menetapkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang memiliki arah dan tujuan untuk meningkatkan pembangunan bangsa serta mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur. Dalam kinerja pelaksanaan APBN Realisasi pendapatan negara mencapai 2,1 triliun, melampaui target yang ditetapkan dalam APBN tahun 2021 (114,9% dari target atau tumbuh 21,6% dibandingkan realisasi tahun 2020). Realisasi penerimaan perpajakan mencapai Rp1.546,5 triliun (107,1% dari target APBN 2021) atau telah kembali pada level pra-pandemi pada tahun 2019 sebesar Rp1.546,1 triliun. Hal ini dipengaruhi oleh membaiknya penerimaan pajak dari mayoritas sektor utama penyumbang penerimaan pajak, yang diikuti pemanfaatan stimulus perpajakan yang tinggi ([www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id)). Namun tidak sedikit wajib pajak beranggapan bahwa pajak dapat mengurangi pendapatan dari perusahaan untuk itu perusahaan akan melakukan penghindaran pajak guna mempertahankan laba yang telah di peroleh.

Penghindaran pajak terjadi tidak lepas dari perencanaan manajemen perusahaan dan undang-undang yang masih memiliki celah untuk diselewengkan. Terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah dalam pelaksanaannya. Wajib pajak berusaha untuk membayar pajak sekecil mungkin karena dengan membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomi pajak. Di sisi lain, pemerintah memerlukan dana untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan yang sebagian besar berasal dari penerimaan pajak. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk melaksanakan pembangunan nasional dalam rangka mencapai kesejahteraan di berbagai sektor. Adanya perbedaan kepentingan ini menyebabkan wajib pajak cenderung untuk mengurangi jumlah pembayaran pajak, baik secara legal maupun illegal (Asmara, 2020)

**Tabel 1.1**  
**Persentase Penerimaan Pajak Pada APBN 2017 -2022**

(Milyar Rupiah)

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan Pajak</b>	<b>Pendapatan Bukan Pajak</b>	<b>Hibah</b>	<b>Total</b>	<b>Persentase Pajak</b>
2017	1.343.529,80	311.216,30	11.629,80	1.666.375,90	80,63%
2018	1.518.789,80	409.320,20	15.564,90	1.943.674,90	78,14%
2019	1.546.141,90	408.994,30	5.497,30	1.960.633,60	78,86%
2020	1.285.136,32	343.814,21	18.832,82	1.647.783,34	77,99%
2021	1.375.832,70	357.210,10	2.700,00	1.735.742,80	79,26%
2022	1.510.001,20	335.555,62	579,90	1.846.136,70	81,79%

Sumber: Badan Pusat Statistik 2017-2022

Melalui Table 1, terdapat informasi bahwa selama tahun 2017-2022 pemasukan negara paling besar berasal dari pajak. Dari itu dapat dilihat dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara tahun 2019 dengan pendapatan sebesar Rp 1.960.633,60 triliun, pajak berkontribusi sebesar Rp 1.546.141,90 triliun, yaitu setara dengan 78,86% jika dibandingkan dengan penerimaan yang lainnya. Namun Anggaran Pendapatan Belanja Negara tahun 2022 juga masih cukup besar dan mengalami kenaikan dari tahun 2021. Walaupun di setiap tahun adanya peningkatan pada sektor pajak, namun hal tersebut masih dianggap kurang dalam skala presentase.

Pajak Penghasilan (PPh) menjadi satu di antara berbagai jenis pajak yang menjadi sumber pemasukan tertinggi dalam kas negara, Kementerian Keuangan sebagai otoritas fiskal di Indonesia juga harus menyeimbangkan berbagai kepentingan dalam menyusun kebijakan pajak sebagai bagian dari program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang harus ditempuh pemerintah untuk mengatasi keterpurukkan ekonomi Indonesia karena adanya wabah Covid-19. Tantangan utamanya adalah menyeimbangkan kepentingan antara memperoleh penerimaan pajak sesuai dengan yang ditetapkan dalam APBN dengan tetap memberikan insentif perpajakan karena terjadinya pandemi secara tepat sasaran kepada wajib pajak yang terkena dampak buruk Covid-19. Dimana kemenkeu menyusun dan melaksanakan kebijakan pajak yang seimbang antara tuntutan target

penerimaan pajak sebagai sumber pendapatan terbesar APBN dengan keharusan untuk memberikan insentif perpajakan untuk mengurangi dampak ekonomi dan sosial yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19.

Alasan pemberian insentif perpajakan ini adalah dukungan bagi program penguatan kesehatan masyarakat dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional dengan tetap memperhatikan kapasitas fiskal. Catatan yang perlu diberikan adalah bahwa insentif diberikan secara selektif dengan prioritas kepada sektor tertentu yang tertahan dan perlu lebih didukung laju pemulihannya, sehingga dilakukan penyesuaian kriteria penerima insentif. Sebagaimana juga telah diungkapkan Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati (15/07/2021), insentif perpajakan telah dimanfaatkan untuk meningkatkan daya beli, membantu likuiditas dan kelangsungan usaha. Hasil survey menunjukkan bahwa pemanfaatan insentif perpajakan didominasi oleh Wajib Pajak yang paling terdampak pandemi, yaitu 47 persen di sektor perdagangan, 19 persen di sektor industri pengolahan, dan 7 persen sektor konstruksi. Dengan demikian, tujuan pemberian insentif perpajakan tetap sejalan dengan program pemulihan perekonomian nasional yang merupakan bagian dari kebijakan keuangan negara untuk mempercepat penanganan pandemi COVID-19, serta menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian dan stabilitas sistem keuangan.

Pada dasarnya, secara hukum subjek pajak badan harus memberikan sebagian dari keuntungannya kepada negara, namun hal tersebut dirasakan cukup memberatkan bagi perusahaan atau subjek pajak badan. Hal tersebut dikarenakan pajak dianggap sebagai faktor penghambat dalam pemerolehan laba bersih perusahaan, oleh sebab itu, perusahaan akan berusaha memaksimalkan dalam pembayaran pajak serendah mungkin dan akan berusaha untuk menghindari pembayaran pajak. Adanya perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan perusahaan yang menyebabkan ketidakpatuhan terhadap manajemen yang dapat berdampak dalam perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Hal ini menjadi alasan oleh sebuah perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak, dikarenakan menghindari pembayaran pajak menjadi salah satu usaha dalam pengurangan pajak. Penghindaran pajak ini masih tetap mematuhi ketentuan dalam peraturan perpajakan, hal yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh pajak rendah yaitu dengan memanfaatkan pengecualian dan pemotongan pembayaran yang

diperbolehkan atau dengan melakukan penundaan pajak yang belum termuat dalam peraturan perpajakan yang berlaku, yang diambil oleh pimpinan perusahaan melalui melalui kebijakan (Wardani, 2013; Dewinta dan Setiawan, 2016:1586).

Adanya praktik penghindaran pajak tentunya merugikan negara. Terlebih pada Tahun 2020 di mana seluruh negara di dunia termasuk Indonesia terkena dampak daripada Covid-19. Covid-19 tidak hanya menyerang sektor kesehatan namun juga memicu terjadinya krisis ekonomi (Asmara, 2020). Pemerintah melakukan upaya untuk membantu perekonomian negara, salah satu contohnya berupa program insentif perpajakan kepada pelaku usaha. Pemberian insentif pajak ini diatur pada Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 9/PMK.03/2021 tentang insentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi corona virus disease 2019 (Menteri Keuangan Republik Indonesia, n.d.). Menurut *Tax Justice Network*, Data penerimaan pajak tahun 2020 yang tercatat tidak dapat dipungut karena penghindaran pajak di Indonesia adalah sebesar Rp 69,1 triliun di mana nominal tersebut setara dengan 4,39% dari total penerimaan pajak Indonesia. (Wildan, 2020). Berdasarkan data penerimaan pajak di atas hal ini dapat dimanfaatkan oleh manajerial perusahaan untuk mencari celah pada regulasi pajak baru dan insentif pajak untuk melakukan praktik penghindaran pajak.

Strategi bisnis dan karakteristik dari perusahaan menjadi dua faktor yang dapat mempengaruhi praktik penghindaran pajak. Melalui penelitiannya Arieftiara, dkk (2013:2) mengungkapkan aktivitas perusahaan dipengaruhi oleh strategi bisnis perusahaan, hal tersebut dikarenakan berbagai keputusan bisnis yang diambil oleh manajer seperti aktivitas proses bisnis, kegiatan operasional, serta transaksi yang dilakukan haruslah sesuai dengan strategi bisnis. Miles dan Snow (1978) membagi empat tipe strategi organisasional, yaitu *prospector*, *defender*, *Analyzer*, dan *reactor*, dengan definisi sebagai berikut:

1. *Prospector* adalah organisasi yang hampir setiap saat secara terus menerus mengamati peluang pasar, dan secara reguler melakukan percobaan-percobaan untuk memunculkan kecenderungan dalam lingkungan konsumen. Organisasi-organisasi ini sering membuat perubahan-perubahan dan ketidakpastian. Namun karena konsentrasinya sangat kuat pada inovasi produk dan pasar, maka biasanya organisasi-organisasi ini kurang efisien.

2. *Defender* adalah organisasi-organisasi yang mempunyai domain product-market yang sempit. Manajer puncak dalam organisasi tipe ini sangat ahli dalam membatasi daerah operasinya karena tidak cenderung mencari peluang baru yang keluar dari domainnya. Sebagai suatu hasil yang berfokus sempit, perusahaan-perusahaan ini jarang membutuhkan penyesuaian penting dalam tehnologinya, struktur, atau metode operasinya. Sebagai gantinya mereka mencurahkan perhatian utamanya kepada peningkatan efisiensi operasi.
3. *Analyzers* merupakan tipe strategi yang proses terdapat perubahan dimana akibat dari perubahan tersebut tidak mengganggu pasar produk atau pasar produknya dikatakan stabil. *Analyzers* merupakan strategi yang menggabungkan antara *prospector* dan *defender*, sehingga *analyzer* merupakan strategi penyeimbang (Bentley, 2013).
4. *Reactors* merupakan tipe strategi yang jika berdasarkan pada perbedaan besarnya dan arah perubahan mengenai produk dan pasar merupakan tipe yang banyak ditekan oleh lingkungan, karena kurang memperhatikan adanya perubahan lingkungan dan sistem persaingan (Hambrick, 1983). Karena tipe organisasi ini kurang konsisten mengenai hubungan antara *strategy-structure*, maka jarang membuat penyesuaian yang dapat memberi kekuatan untuk melakukan seperti yang dilakukan oleh lingkungannya.

Menurut Miles et al. (1978), dari keempat strategi tersebut terdapat 3 strategi bisnis yang dianggap layak diantaranya strategi *prospector*, *defender* dan *analyzer*. Hal tersebut dikarenakan *prospector*, *defender* dan *analyzer* menunjukkan pola penyesuaian terhadap lingkungannya meskipun dengan cara yang berbeda-beda. Pada kondisi ekstrim, *defender* terus berupaya untuk mengembangkan efisiensi dalam operasi bisnisnya, sedangkan *prospector* mengeksplorasi perubahan lingkungan untuk menemukan peluang baru. Sehingga, metode ini stabil untuk membentuk pola respon terhadap kondisi lingkungan yang konsisten dan stabil. *Strategi reactors* ketika dihadapkan pada lingkungan yang berubah, tipe ini tidak memiliki mekanisme respon yang dapat diterapkan secara konsisten. Siklus adaptif *reactors* biasanya terdiri merespon secara tidak tepat terhadap perubahan dan ketidakpastian lingkungan, hasil kinerja yang buruk dan enggan bertindak agresif di masa depan. Dengan demikian, *reactors* disebut sebagai

strategi residual. Selain itu *reaktors* tampaknya tidak mengikuti strategi sadar dan dipandang sebagai tipe organisasi yang disfungsional (Miles et al., 1978). Penelitian ini hanya menggunakan strategi *prospector* dan *defender*. Rajagopalan (1997) menyatakan bahwa strategi *analyzer* merupakan tipe strategi yang menggabungkan elemen dari tipe *prospector* dan *defender*. Oleh karena itu, penelitian ini hanya berfokus pada tipe strategi *prospector* dan *defender* sebagaimana yang dilakukan oleh Rajagopalan (1997) dan Bentley (2013).

Dua strategi yang dikemukakan oleh Miles dan Snow, yaitu *Defender* dan *Prospector* dipergunakan dalam penelitian ini, sebab kedua strategi tersebut termasuk ke dalam strategi yang berada pada dua titik ekstrim serta karakter dan strateginya sangat bertolak belakang (Paylosa, 2014:1). Miles & Snow (1978) dalam Houque et al. (2013) menyatakan bahwa *Prospector* dan *Defender* adalah tipe strategi yang paling dominan. *Prospector* dan *Defender* adalah dua jenis tipe organisasi yang berada pada dua titik ekstrim. Karakter dan strateginya sangat bertolak belakang. Simon (1990) mengidentikkan kedua tipe organisasi tersebut dengan model strategi persaingan yang diklasifikasi oleh Porter (1980).

Selain dari strategi bisnis terdapat karakteristik perusahaan yang mungkin dapat mempengaruhi penghindaran pajak. Karakteristik perusahaan merupakan ciri khas atau sifat yang melekat pada suatu entitas usaha (Surbakti, 2012). Karakteristik perusahaan dapat dilihat dari berbagai segi, di antaranya jenis usaha atau industri, tingkat likuiditas, profitabilitas perusahaan, *financial Leverage* dan kepemilikan saham, ukuran perusahaan dan lain-lain, Zadeh dan Eskandari, 2012:9 (dalam Mulyani et al, 2014). Pada penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan adalah profitabilitas, *Leverage*, ukuran perusahaan, *Capital intensity*.

Karakter perusahaan dalam segi Profitabilitas, dimana laba yang meningkat mengakibatkan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Profitabilitas yang semakin tinggi dalam suatu perusahaan menyebabkan tingginya pula praktik penghindaran pajak, hal tersebut dikarenakan terdapatnya berbagai celah yang dapat digunakan untuk mengelola beban pajak bagi perusahaan dengan cakupan laba yang besar (Dewinta dan Setiawan, 2016:1609). Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dari aktivitas bisnisnya (Hery, 2016).

Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, salah satunya yaitu return on assets. Analisis Return on Assets (ROA) atau sering diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Sebagai rasio profitabilitas, semakin tinggi nilai ROA menunjukkan kemampuan perusahaan semakin baik. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. Rasio profitabilitas dapat menunjukkan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan gambaran mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang mencerminkan kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti semakin baik performa perusahaan dengan menggunakan asset dalam mendapatkan laba bersih (Dewinta dan Setiawan, 2016). Laba yang diperoleh perusahaan merupakan dasar dari pengenaan pajak suatu perusahaan. Wajib pajak yang memperoleh penghasilan atau laba yang berasal dari aktivitas usahanya wajib membayar pajak penghasilannya. Sehingga, semakin besar penghasilan yang diperoleh perusahaan maka akan berpengaruh terhadap besarnya pajak penghasilan yang harus dibayarkan.

Karakteristik perusahaan dalam segi *Leverage* , *Leverage* adalah rasio yang mengukur kemampuan utang baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk membiayai aktiva perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013). Menurut Suyanto dan supramono (2012) perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan akan tetapi utang akan menimbulkan beban tetap (*Fixed rate return* ) yang disebut dengan bunga. Berdasarkan pasal 6 ayat 1 huruf a UU No 36 tahun 2008 menyebutkan bahwa bunga utang adalah beban yang dapat dikurangkan untuk tujuan perhitungan pajak. meningkatnya sumber pembiayaan yang berasal dari utang akan menyebabkan bunga utang bertambah. sehingga beban pajak yang dibayarkan semakin berkurang. semakin besar utang yang dimiliki wajib pajak maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil dikarenakan insentif pajak atas bunga utang semakin besar. Pembebanan bunga utang tersebut dapat dipergunakan untuk mengurangi beban pajak, sehingga penggunaan utang akan memberikan manfaat pajak bagi perusahaan.

Karakteristik perusahaan dalam segi ukuran perusahaan. Ukuran Perusahaan adalah suatu skala dimana perusahaan dapat dikasifikasikan perusahaan besar atau kecilnya menurut berbagai cara, salah satunya dengan besar atau kecilnya asset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar dapat perhatian yang

besar dari pihak pemerintah sesuai dengan laba yang diperoleh, hal tersebut dapat menarik perhatian fiskus untuk memberikan pajak sesuai dengan aturan yang berlaku. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat menunjukkan kestabilan ekonomi perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya dan semakin besar perusahaan maka akan semakin kompleks transaksi yang dijalankan oleh perusahaan, hal inilah yang akan menjadi celah untuk melakukan tindakan penghindaran pajak. Hasil penelitian menurut Kusufiyah dan Anggraini (2019).

Selanjutnya yaitu karakteristik perusahaan dilihat dari segi *Capital intensity*, perusahaan dengan karakteristik tersebut lebih berfokus melakukan investasi dalam bentuk aset tetap, dan pajak yang dibebankan pun bernilai rendah. Perusahaan yang memiliki keterlibatan dalam penghindaran pajak haruslah mengawasi bagaimana pendanaan dan investasi yang mereka kekelola. Penggunaan hutang sebagai opsi pembiayaan dapat digunakan jika perusahaan menginginkan pajak yang minim, dan aset tetap dapat digunakan sebagai investasi. *Capital Intensity* menandakan intensitas kepemilikan aset tetap suatu perusahaan dibandingkan dengan total aset. Aset tetap adalah salah satu kekayaan perusahaan yang dapat mengurangi penghasilan perusahaan, di mana hampir semua aset tetap dapat mengalami penyusutan yang akhirnya akan menjadi biaya bagi perusahaan itu sendiri. Menurut Adisamartha dan Noviari (2015) intensitas kepemilikan aset tetap dapat mempengaruhi beban pajak perusahaan karena adanya beban depresiasi yang melekat pada aset tetap. Maka semakin besar biaya yang dikeluarkan akibat depresiasi dari aset tetap maka semakin kecil tingkat pajak yang harus dibayarkan atau dikeluarkan oleh perusahaan (Dwilopa, 2016).

PT. Coca Cola Indonesia menjadi salah satu perusahaan makanan dan minuman yang diduga melakukan penghindaran pajak, hal tersebut dapat dibuktikannya dari adanya pengurangan pajak yang dibayarkan dari seharusnya, pengurangan pajak yang teridentifikasi senilai Rp. 49,24 milyar. Dalam penelusuran yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak, menemukan bahwa telah terjadinya tindakan penghindaran pajak dari perusahaan tersebut, penemuan pembengkakan biaya yang besar menimbulkan jumlah setoran pajak berkurang dari yang seharusnya. Setoran pajak yang kecil berasal dari beban biaya yang besar, sehingga pajak yang dibebankan pun berkurang. Biaya tersebut diantaranya digunakan untuk iklan dari tahun 2003, 2004, dan 2006. Berdasarkan



penelusuran yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan mendapati adanya pembekakan biaya pada tahun-tahun tersebut dengan nominal yang besar. Adanya beban biaya yang besar menimbulkan berkurangnya penghasilan kena pajak, sehingga setoran pajak yang harus disetorkan akan ikut mengecil. Total beban biaya yang ditemukan sebesar Rp. 566,84 miliar yang dialokasikan untuk mengiklankan produk minuman jadi merek Coca-cola selama 5 tahun dari tahun 2002-2006. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. DJP selaku penemu pembengkakan biaya menyatakan bahwasannya diketahui pada periode tersebut total penghasilan kena pajak yang seharusnya dikenakan pada CCI sebesar Rp. 603,48 miliar, sedangkan penghitungan kena pajak yang dihitung oleh CCI hanya sebesar Rp. 492,59 miliar saja. Melalui selisih yang ditimbulkan, didapati Rp. 49,24 miliar menjadi nilai kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI untuk menyesuaikan dengan hitungan DJP. Beban biaya yang timbul dirasa sangat mencurigakan bagi DJP dan dianggap sebagai praktik yang mengarah transfer pricing agar mendapatkan pajak yang minim. Praktik penjualan yang dilakukan oleh suatu divisi kepada suatu kelompok usaha dalam bertransaksi barang ataupun jasa dengan penetapan harga yang tidak semestinya, sehingga akan adanya pengurangan beban pajak merupakan pengertian dari *transfer pricing*. Praktik tersebut dapat terdeteksi jika ditemukan adanya ketidaksesuaian kegiatan dengan bisnis perusahaan. Perlu diketahui bahwa produk yang dihasilkan oleh PT CCI merupakan produk konsentrat dan bukan produk minuman jadi.

Walaupun PT CCI berhasil meminimalisir pajak, namun iklan yang mereka gunakan cukup memakan biaya. "Biaya iklan yang dibebankan oleh PT CCI tidak memiliki kaitan langsung dengan produk yang dihasilkan," kata Edward Sianipar, sebagai perwakilan DJP di persidangan, Kamis (12/6/2014). Wajarnya, biaya iklan menjadi tanggungan perusahaan Coca-Cola lainnya. Perlu diketahui pula bahwasannya CCI terbagi pada tiga perusahaan, yakni yang fokus menangani konsentrat, pengemasan, dan distribusi. Price Water House Cooper (PWC) sebagai perwakilan PT CCI dengan kuasa hukum Ay Tjhin Pan dan Mardianto hadir dalam persidangan tersebut. Kuasa hukum mengajukan banding, sebab beranggapan bahwa adanya ketidakkonsistenan yang dilakukan dari pihak DJP dalam melakukan pemeriksaan. Sebagai saksi ahli, Zainal Arifin Muchtar (pakar hukum Administrasi Negara) berpendapat bahwa adanya

perbedaan pemeriksaan yang dilakukan DJP pada setiap periode. Hal tersebut tergantung dari keperluan pemeriksaan, apakah untuk pemeriksaan kewajaran atau pemeriksaan kebenaran dan bukti. "Pemeriksaan kewajaran lebih dalam dibandingkan dengan pemeriksaan kebenaran," tegas Arifin. Bantahan maupun tanggapan tidak terlontarkan dari perwakilan PT CCI selama persidangan berlangsung. Keputusan pihak hakim saat itu yaitu akan melakukan pemeriksaan lebih lanjut sebelum memberikan keputusan akhir (Adinda Ade Mustami).

Objek penelitian yang diambil dalam penelitian ini merupakan perusahaan Industri Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021, dan sebagai penyumbang pajak terbesar berasal dari sektor industri pengolahan. Sekitar 30,2% pajak berasal dari sektor tersebut. Selama beberapa periode terakhir, sektor industri pengolahan bertumbuh sekitar 50,60% yang dapat dikatakan mengalami pertumbuhan yang cepat. Subsektor yang menjadi penyumbang utama datang dari industri makanan dengan realisasi penerimaan mencapai Rp. 16,36 triliun. Sektor kedua yang menjadi penyumbang terbesar yaitu datang dari sektor perdagangan yang berkontribusi sekitar 22,6%. Sektor perdagangan bertumbuh dengan cepat dan melampaui sektor bidang industri pengolahan. Pertumbuhan kumulatif yang tercatat pada sektor perdagangan menyentuh angka di atas 50% lebih tepatnya sebesar 63,12%. Subsektor yang berkontribusi secara besar pada sektor perdagangan datang dari perdagangan besar bukan mobil dan sepeda motor dengan realisasi penerimaan mencapai Rp. 34,18 triliun. Jumlah perusahaan manufaktur menjadi perusahaan yang memposisikan pada jumlah tertinggi dibandingkan dengan industri lain di BEI, selain itu data dari perusahaan manufaktur lebih bervariasi.

Untuk itu penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul "Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak".

Terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu yaitu adanya penambahan variable, penelitian terdahulu memiliki 4 variable X yaitu Strategi Bisnis, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan. Saat ini peneliti menambahkan 1 variable X yaitu *Capital intensity*. Serta perbedaan dalam waktu dalam meneliti, peneliti terdahulu dilakukan pada tahun 2016 sedangkan saat ini dilakukan pada tahun 2022.

## 1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
5. Apakah *Capital Intensity* berpengaruh terhadap penghindaran pajak?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak.
2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak.
3. Mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap penghindaran pajak.
4. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak.
5. Mengetahui pengaruh *Capital Intensity* terhadap penghindaran pajak.

## 1.4. Manfaat penelitian

### a. Bagi instansi

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pihak perusahaan menyadari untuk tidak melakukan penghindaran pajak.
2. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam perbaikan bila seandainya ada hal-hal yang perlu diperbaiki agar perusahaan dapat beroperasi secara efektif dan efisien.

### b. Bagi pihak lain

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam memberikan informasi kepada peneliti selanjutnya yang ditunjukkan bagi peneliti di bidang yang sama.

## 1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Pembatasan penelitian dipergunakan agar penelitian terarah dan cakupan bahasan yang tidak terlalu luas, hingga hasil akhirnya sesuai dengan harapan penulis, cakupan tersebut diantaranya:

1. Populasi Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor industri konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan penelitian dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021.

2. Variabel Penelitian

Penelitian ini membatasi variabel-variabel yang dianggap dapat berpepngaruh terhadap penghindaran pajak yaitu strategi bisnis, profitabilitas, *Leverage* , ukuran perusahaan, *Capital intensity*.