BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang memiliki peranan penting dalam membiayai pembangunan nasional. Penerimaan pajak digunakan untuk mendukung berbagai program pemerintah, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta sektor lainnya yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya mengoptimalkan penerimaan pajak sebagai sumber pendapatan negara. Di sisi lain, bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang dapat mengurangi laba yang diperoleh sehingga sering kali menimbulkan perbedaan kepentingan antara pemerintah sebagai pemungut pajak dan perusahaan sebagai wajib pajak. Perbedaan kepentingan tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai upaya dalam mengelola kewajiban perpajakannya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui manajemen pajak.

Manajemen pajak merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengelola seluruh aspek perpajakan secara efektif, ekonomis, dan efisien dengan tetap mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku. Melalui manajemen pajak, perusahaan berupaya meminimalkan beban pajak secara legal sehingga dapat meningkatkan laba setelah pajak dan nilai perusahaan. (Ariffin dan Sitabuana, 2022). Indonesia menjadi salah satu negara yang memungut pajak terhadap

orang pribadi maupun badan. Pajak bersifat wajib, karena bagi pemerintah pajak menjadi sumber penerimaan negara yang memberikan kontribusi terbesar bagi negara namun bagi pengusaha masih menilai pajak sebagai beban yang mengurangi laba perusahaan. sehingga banyak pengusaha yang akan melakukan berbagai upaya untuk menekan beban pajak yang akan dibayarkan secara optimal (Suparmin danSatiman, 2022). Menurut Porajow (2022) menyatakan bahwa : Perlakuan pajak bagi wajib pajak badan adalah sebagai suatu beban biaya yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Meskipun demikian, pajak adalah beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan. Ketika pengelolaan pajak tidak dilakukan dengan baik maka terdapat kemungkinan perusahaan mengalami sengketa pajak dan atau terpaksa pailit. Oleh sebab itu, dibutuhkan adanya pengelolaan atau manajemen pajak untuk mengatur pembayaran pajak seoptimal mungkin dimana pajak yang dibayarkan tidak lebih dari jumlah pajak, meminimalisir risiko hutang pajak, ataupun terhindar dari sanksi perpajakan.

Herlangga & Pratiwi (2017) menjelaskan bahwa manajemen pajak merupakan sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan manajemen. Manajemen pajak harus dilakukan dengan baik agar tidak menjurus kepada pelanggaran norma perpajakan atau penghindaran pajak. Manajemen pajak adalah proses untuk mengelola kewajiban perpajakan agar tetap pada posisi minimum tanpa melanggar peraturan perpajakan. (Porajow, 2022). Manajemen pajak secara legal

yaitu perusahaan akan tetap memenuhi kewajiban pembayaran pajaknya, akan tetapi perusahaan tetap berupaya menggunakan manajemen pajak untuk memangkas besarnya jumlah beban pajak yang akan dikeluarkan tanpa melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan untuk menghindari sanksi yang dikenakan. Strategi manajemen perpajakan diterapkan perusahaan untuk mengelola kewajiban perpajakan perusahaan secara efektif dan efisien. Strategi manajemen perpajakan pada perusahaan dimanfaatkan untuk meminimalisir pembayaran pajak perusahaan sehingga tidak mendapatkan sanksi administrasi yang dapat terjadi dikarenakan terlambat membayar pajak yang cukup besar. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi manajemen pajak yaitu profitabilitas *leverage* dan pajak tangguhan.

Perusahaan yang bergerak dalam industri kosmetik menghadapi persaingan yang semakin ketat seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk perawatan dan kecantikan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memaksimalkan kinerja keuangan agar mampu mempertahankan daya saing di pasar. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan perusahaan adalah pengelolaan kewajiban perpajakan, karena pajak merupakan komponen biaya yang dapat memengaruhi laba perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan kosmetik perlu menerapkan manajemen pajak yang baik agar dapat mengoptimalkan laba setelah pajak tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi manajemen pajak yang pertama

adalah profitabilitas. Menurut Porajow (2022), profitabilitas merupakan dasar pengenaan pajak penghasilan badan, artinya besar kecilnya laba yang dihasilkan perusahaan akan menentukan jumlah beban pajak yang terutang kepada negara. Hal ini sejalan dengan pendapat Noviatna, Zirman, dan Safitri (2021), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pula dorongan bagi manajemen untuk melakukan pengelolaan pajak secara optimal guna mempertahankan keuntungan yang diperoleh. Senada dengan hal tersebut, Ariffin dan Sitabuana (2022) menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi mendorong praktik manajemen pajak karena beban pajak yang besar dapat mengurangi laba bersih yang menjadi hak pemilik perusahaan. Namun demikian, Fitriana dan Isthika (2021) serta Novianti dkk. (2024) menyampaikan pendapat yang berbeda, di mana profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap manajemen pajak karena perusahaan yang menguntungkan justru cenderung menjaga kepatuhan pajak demi memelihara citra dan reputasi perusahaan.

Dengan proksi profitabilitas berupa *Return on Assets* (ROA) menggambarkan performa keuangan perusahaan, ketika nilai ROA meningkat, maka akan meningkatkan performa perusahaan karena jumlah penghasilan yang diperoleh perusahaan setiap tahunnya menjadi dasar pengenaan pajak penghasilan. Perusahaan yang memperoleh laba diasumsikan tidak melakukan *tax avoidance* karena mampu mengatur pendapatan dan pembayaran pajaknya. Perusahaan dapat meminimalkan tarif pajak efektif dengan membelanjakan laba

yang diperoleh untuk hal-hal yang bermanfaat dan bersifat deductible bagi perusahaan. Ataupun dengan memanfaatkan adanya penghasilan yang bukan objek pajak dan final yang menjadi pengurang dalam perhitungan penghasilan kena pajak. Seperti pada *agency theory*, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka manajer akan melakukan manajemen pajak semaksimal mungkin sehingga beban pajak yang dibayarkan kecil dan manajer memperoleh kompensasi sebagai bagian dari *agency cost*. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang besar dari aktivitas operasionalnya. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin besar pula pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan pengelolaan pajak secara lebih efektif guna mempertahankan tingkat keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu, profitabilitas diduga memiliki pengaruh terhadap manajemen pajak perusahaan.

Faktor kedua yang memengaruhi manajemen pajak adalah *leverage*. Menurut Sinaga dan Sukartha (2018), penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan memiliki hubungan yang signifikan dengan praktik manajemen pajak, dikarenakan beban bunga atas utang dapat diakui sebagai biaya pengurang penghasilan kena pajak sehingga memberikan manfaat penghematan pajak atau *tax shield*. Pendapat ini diperkuat oleh Suparmin dan Satiman (2022), yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang relatif tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menekan beban pajak melalui pengakuan beban bunga tersebut. Akan tetapi, pendapat berbeda dikemukakan

oleh Noviatna dkk. (2021) serta Novianti dkk. (2024), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen pajak, mengingat kebijakan penggunaan utang lebih didasari oleh kebutuhan pendanaan jangka panjang dan bukan semata-mata untuk tujuan efisiensi pajak.

Faktor yang berikut dalam penelitian ini adalah Pajak tangguhan, Pajak tangguhan (*Deferred Tax*) adalah efek pajak yang diakui pada saat diadakan penyesuaian dengan beban pajak penghasilan periode yang akan datang. Kewajiban pajak tangguhan (*Deferred Tax Liabilities*) adalah jumlah pajak penghasilan yang terutang untuk periode mendatang sebagai akibat adanya perbedaan temporer kena pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suparmin & Satiman (2022) pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen pajak. Dan menurut hasil penelitian dari Cendani (2022) yang dikutip oleh Piani & Safii (2023) menyatakan bahwa pajak tangguhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen pajak.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Industri kosmetik merupakan salah satu industri yang terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk perawatan diri dan kecantikan. Pertumbuhan industri kosmetik mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan dan efisiensi operasional agar mampu bersaing di pasar. Dalam upaya meningkatkan efisiensi tersebut, perusahaan juga perlu mengelola kewajiban perpajakannya secara optimal melalui manajemen pajak. Dalam upaya meningkatkan efisiensi

pengelolaan pajak, perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari kondisi internal maupun kebijakan pemerintah. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, *leverage* menunjukkan tingkat penggunaan utang dalam pendanaan perusahaan, sedangkan insentif pajak merupakan bentuk dukungan pemerintah yang dapat dimanfaatkan perusahaan dalam mengelola kewajiban perpajakannya. Ketiga faktor tersebut diduga memiliki hubungan dengan praktik manajemen pajak yang dilakukan perusahaan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi manajemen pajak masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Pada variabel profitabilitas, Noviatna *et al.* (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen pajak, sedangkan Fitriana dan Isthika (2021) serta Novianti *et al*. (2024) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak. Pada variabel *leverage*, Sinaga dan Sukartha (2018) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen pajak, sedangkan Noviatna *et al.* (2021) dan Novianti *et al*. (2024) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak. Sementara itu, pada variabel pajak tangguhan, Piani dan Safii (2022) menemukan adanya pengaruh terhadap manajemen pajak, sedangkan Oktaviani dan Ajimat (2023) menemukan bahwa pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap manajemen pajak. Perbedaan hasil tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian kembali pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan pajak tangguhan terhadap manajemen pajak pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masih relatif terbatas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Profitabilitas, *Leverage,* dan Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Pajak (Sub Sektor Perusahaan Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).**

2.1 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "**Pengaruh profitabilitas, *leverage* dan pajak tangguhan terhadap manajemen pajak (Sub sektor perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)"**

3.1 Persoalan Penelitian

Berdasarkan pada masalah penelitian diatas, maka yang menjadi persoalan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik?
3. Apakah pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik?

4. Apakah profitabilitas,*leverage* dan pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik?

4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada persoalan penelitian diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap manajemen pajak pada sub sektor perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh pajak tangguhan terhadap manajemen pajak pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan terhadap manajemen pajak pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

5.1 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Secara Akademik diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan atau referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama untuk lembaga Universitas Kristen Artha Wacana khususnya fakultas

ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya perusahaan, investor, dan pemerintah, terkait faktor-faktor yang memengaruhi manajemen pajak sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan penyusunan kebijakan yang lebih efektif.