

BAB I

PENDAHULUAN

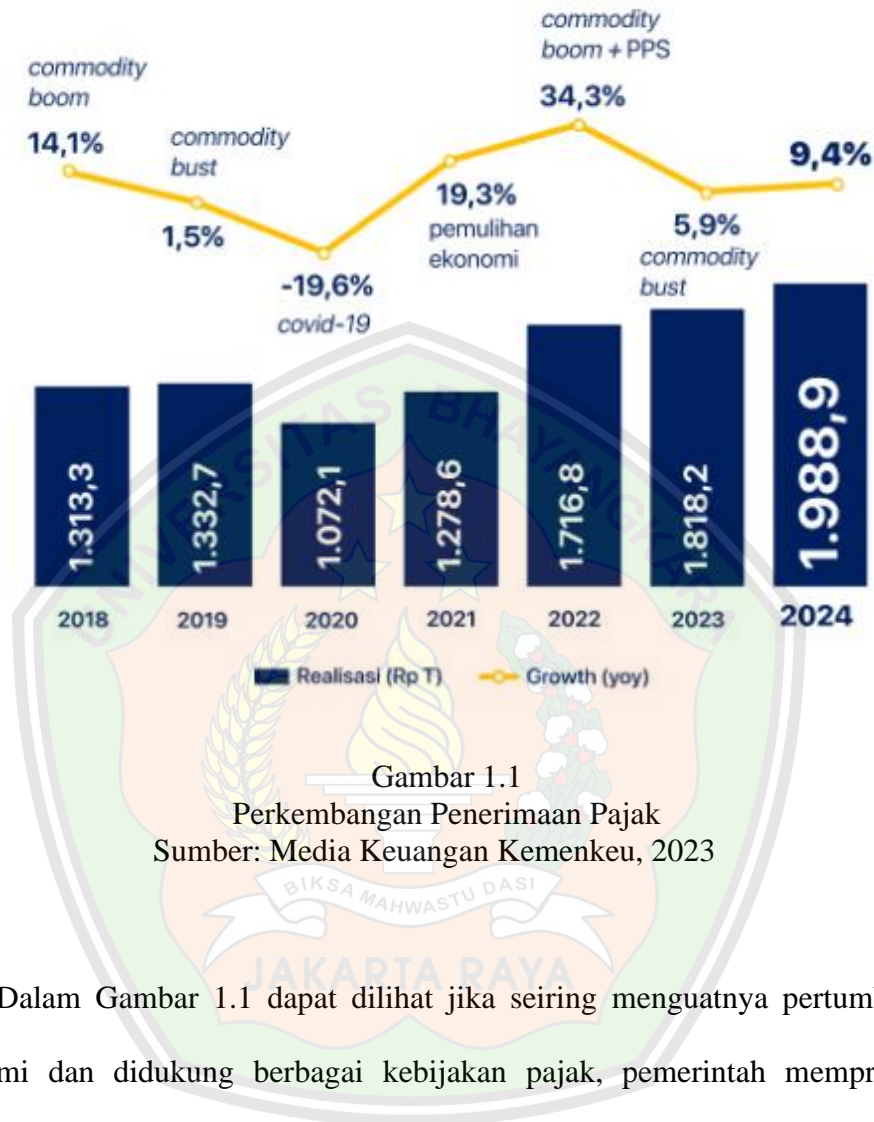
1.1 Latar Belakang

Negara yang berkembang memiliki tujuan untuk mencapai pembangunan nasional. Pembangunan ini mencakup peningkatan berbagai aspek kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Pemerintah pun perlu melakukan perbaikan dalam sistemnya untuk mencapai tujuan tersebut. Pendanaan yang besar dibutuhkan untuk mencapai pembangunan nasional. Pajak menjadi sumber pendanaan utama bagi negara untuk membiayai berbagai program pembangunan dan menjalankan tugas-tugas pemerintahan. Dengan demikian, pajak memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan ekonomi dan membangun negara.

Pemerintah di banyak negara mendapatkan pendapatan utama dari pajak. Pajak ini digunakan untuk membiayai berbagai program dan layanan publik yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti pembangunan infrastruktur, biaya pendidikan, biaya kesehatan, subsidi bahan bakar minyak (BBM), pembayaran para pegawai negara dan pembangunan fasilitas publik (Monica & Irawati, 2021). Pembayaran pajak merupakan kewajiban bagi setiap individu, perusahaan, atau entitas lainnya kepada pemerintah (Ramadhanti & Marlinah, 2023). Kewajiban ini diatur oleh undang-undang (Ziliwu & Ajimat, 2021).

Semakin tinggi kesadaran masyarakat untuk membayar pajak, semakin besar pula potensi bagi pertumbuhan dan perkembangan negara untuk menyediakan fasilitas untuk masyarakat (Ayustina & Safi'i, 2023). Pajak bagi negara yaitu suatu pendapatan utama, namun pada perusahaan pajak adalah suatu beban yang mungkin akan membuat profit suatu perusahaan menjadi kecil (Fadhillah, 2023). Terdapat perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah, wajib pajak berusaha agar membayar pajak sekecil-kecilnya karena membayar pajak berarti mengurangi kemampuan ekonomis wajib pajak (Permata et al., 2018). Sedangkan pemerintah ingin menerima pajak yang terus menerus meningkat (Ayustina & Safi'i, 2023).

Purwowidhu, C.S. (2023) menulis pada Media Keuangan Kemenkeu, bahwa penerimaan pajak berhasil melampaui target dalam dua tahun, yakni pada tahun 2021 dan 2022. Lebih lanjut dijelaskan dalam Rahayu & Sukmana (2023) pada media online Kompas.com, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati melaporkan penerimaan pajak pada 2022 tumbuh 34,3% secara tahunan mencapai Rp1.716,8 triliun. Realisasi ini juga tumbuh lebih tinggi dibanding realisasi 2021 yang sebesar Rp 1.278,6 triliun dan realisasi 2020 sebesar Rp 1.072,1 triliun. Realisasi tersebut menunjukkan kinerja penerimaan pajak semakin pulih dari pandemi Covid-19. Dapat dilihat dari Gambar 1.1 perkembangan penerimaan pajak selama tahun 2018-2024 sebagai berikut:



Gambar 1.1
Perkembangan Penerimaan Pajak
Sumber: Media Keuangan Kemenkeu, 2023

Dalam Gambar 1.1 dapat dilihat jika seiring menguatnya pertumbuhan ekonomi dan didukung berbagai kebijakan pajak, pemerintah memprediksi pertumbuhan penerimaan pajak tahun 2024 meningkat dibandingkan tahun 2023. Pada Gambar 1.1 tahun 2019-2020 realisasi penerimaan pajak mengalami penurunan dari penerimaan sebesar Rp1.332,7 triliun pada tahun 2019 menurun menjadi Rp1.072,1 triliun. Hal itu terjadi pada saat pandemi Covid-19 yang menyebabkan seluruh perekonomian yang terjadi di Indonesia mengalami penurunan termasuk dalam hal penerimaan pajak. Tidak jarang pada tahun tersebut banyak pedagang yang akhirnya memilih untuk menutup usahanya,

karena terkendala untuk kebutuhan operasional yang membengkak namun tidak ada pemasukan dari hasil penjualan.

Selanjutnya pada tahun 2021 perlahan perekonomian Indonesia mulai membaik, berdampak dengan realisasi penerimaan pajak pada tahun 2021 tumbuh positif sebesar 19,3% lebih tinggi dibanding tahun 2020 yang nilai tumbuhnya negatif 19,6%. Semakin membaiknya perekonomian di Indonesia membuat penerimaan pajak tahun 2022 melampaui dari target penerimaan pajak yang ditetapkan sebesar 115,61% atau setara dengan Rp1.716,8 triliun.

Data terbaru yang di *publish* oleh I, Reni Saptati D (2024) pada Media Keuangan Kemenkeu, bahwa realisasi penerimaan pajak pada 2023 hingga Desember telah terkumpul sebanyak Rp1.869,23 triliun dengan persentase 102,8% dari target Perpres 75/2023 dan tumbuh positif sebesar 5,9%. Penerimaan pajak 2024 diperkirakan tumbuh 9,4% yang utamanya ditopang oleh PPN dan PPnBM yang diproyeksi tumbuh 10,9% sejalan dengan peningkatan konsumsi. Kemudian PPh diproyeksikan tumbuh 8,6%. Sementara PBB dan Pajak Lainnya diperkirakan tetap (Purwowidhu C.S, 2023).

Pemerintah dan perusahaan memiliki kepentingan yang saling bertolak belakang dalam hal perpajakan. Pemerintah sangat bergantung pada penerimaan pajak untuk membiayai berbagai program dan proyek pembangunan demi mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, perusahaan, sebagai wajib pajak, cenderung berusaha meminimalkan beban pajaknya agar dapat meningkatkan profitabilitas. Hal ini melahirkan suatu dinamika yang menarik, di mana pemerintah berupaya merancang kebijakan perpajakan yang efektif untuk

mengoptimalkan penerimaan negara, sementara perusahaan secara proaktif mencari celah-celah hukum yang memungkinkan untuk mengurangi kewajiban pajaknya melalui perencanaan pajak (Aryanti & Gazali, 2019). Konflik kepentingan ini seringkali menjadi tantangan tersendiri dalam pengelolaan keuangan negara.

Manajemen pajak merupakan suatu upaya proaktif perusahaan untuk mengelola beban pajak secara efektif dan efisien (Bela & Kurnia, 2023). Selain sebagai alat untuk meminimalkan beban pajak yang sah, manajemen pajak juga berperan penting dalam memastikan perusahaan senantiasa patuh terhadap peraturan perpajakan yang berlaku. Dengan melakukan perencanaan pajak yang matang, perusahaan dapat menghindari praktik-praktik penggelapan pajak yang berpotensi merugikan perusahaan dan negara (Wijayanti & Muid, 2020). Penting untuk diingat bahwa manajemen pajak yang sah adalah praktik yang dilakukan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku, berbeda dengan penggelapan pajak yang melibatkan tindakan ilegal untuk tidak membayar pajak yang seharusnya dibayarkan (Nursanti et al., 2023). Pemerintah terus berupaya untuk mengatasi masalah ini, melalui transparansi perpajakan, perubahan dalam undang-undang perpajakan dan penegakan hukum yang lebih ketat karena dianggap tidak adil atau merugikan pendapatan negara (Roslita & Safitri, 2022).

Untuk menghindari pajak, wajib pajak cenderung melakukan transaksi formal dengan beban pajak yang paling rendah, hal ini dimungkinkan selama substansi ekonomi tetap terjadi (*formal tax planning*) (Sinambela, 2022). Bagi

wajib pajak, salah satu cara pembayaran pajak yang minim dilakukan dengan menambahkan beban yang dapat mengurangi laba atau penghasilan yang diperoleh (Noveliza & Crismonica, 2021). Motivasi untuk melakukan penghematan pajak bisa bermacam-macam. Ini dapat mencakup upaya untuk mengoptimalkan struktur keuangan perusahaan, mengurangi kewajiban pajak atas pendapatan, atau memanfaatkan insentif pajak yang diberikan oleh pemerintah (Marzuki, 2022). Dalam melaksanakan kewajiban perpajakan, penting untuk menyeimbangkan kepatuhan dengan praktik pengelolaan pajak yang baik (A. I. Fitriana et al., 2022). Manajer menggunakan strategi-strategi perpajakan yang meliputi fungsi perencanaan pajak, pelaksanaan kewajiban perpajakan, dan pengendalian kewajiban perpajakan yang akan bermanfaat dalam jangka panjang (Audina et al., 2024).

Penghindaran pajak adalah tindakan hukum yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk mengurangi atau menghindari kewajiban pajak mereka dengan memanfaatkan celah-celah atau ketidakjelasan dalam undang-undang pajak (Rahmawati & Nani, 2021). Penting untuk diingat bahwa penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang sah adalah praktik yang dilakukan sesuai dengan undang-undang perpajakan yang berlaku, berbeda dengan penggelapan pajak (*tax evasion*) yang melibatkan tindakan ilegal untuk tidak membayar pajak yang seharusnya dibayarkan (Nursanti et al., 2023). Penghindaran pajak adalah praktik yang umum terjadi di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia (Kalbuana et al., 2023).

Tujuan utama dari manajemen pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan dengan baik dan meminimalkan beban membayar pajak untuk memaksimalkan keuntungan. Perencanaan pajak tidak dimaksudkan untuk menghindari kewajiban perpajakan (*tax evasion*) melalui cara-cara yang melanggar aturan perpajakan. Namun dalam prakteknya sulit untuk membedakan antara metode yang tidak melanggar dan yang melanggar aturan karena banyak perbedaan interpretasi terhadap peraturan perpajakan (A. I. Fitriana et al., 2022).

Menyoroti praktik manajemen pajak yang agresif dalam sektor energi yakni, kasus PT Adaro Energy Tbk pada tahun 2019. Perusahaan ini melakukan upaya manajemen pajak dengan cara memindahkan keuntungan ke negara-negara dengan tarif pajak rendah hal itu dilakukan sejak tahun 2009 hingga 2017 dengan (Satriyo et al., 2024). Salah satu strategi yang digunakan adalah melalui transaksi jual beli batu bara yang tidak wajar dengan anak perusahaannya di Singapura, *Coaltrade Services International*. Dengan menjual batu bara dengan harga murah ke anak perusahaan dan membelinya kembali dengan harga lebih tinggi, PT Adaro Energy Tbk berhasil mengurangi basis pajak yang harus dibayarkan di Indonesia. Praktik ini diperkirakan telah merugikan negara sebesar 14 juta dolar AS per tahun.

Laporan dari *Tax Justice Network*, dengan judul *The State of Tax Justice 2020: Tax Justice in the time of Covid-19*, memperkirakan per 22 November 2020 Indonesia mengalami kerugian sebesar 4,86 miliar dolar AS per tahun akibat dari praktik manajemen pajak yang agresif korporasi dan wajib pajak pribadi di Indonesia (Sinambela, 2022). Manajemen pajak merupakan masalah yang

kompleks karena di satu sisi yang diizinkan, tetapi tidak diinginkan oleh pemerintah (Ningsih & Noviari, 2021). Pada dasarnya pelaku yang terlibat dalam tindak penghematan pajak hanya memanfaatkan celah hukum yang belum diatur dalam undang-undang perpajakan, sehingga hal ini dapat sangat mendukung dan memberikan kesempatan bagi perusahaan dalam melakukan tindakan penghindaran pajak (Mangoting, 1999).

PT Waskita Karya Tbk, salah satu perusahaan konstruksi terkemuka di Indonesia, pada tahun 2017 menerapkan strategi agresif untuk meminimalkan beban pajaknya. Perusahaan ini memanfaatkan celah dalam peraturan perpajakan dengan cara meningkatkan secara signifikan porsi utang dalam struktur modalnya (Sidabalok et al., 2022). Data dari BEI menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) Waskita Karya pada tahun 2017 mencapai 1,61 kali, jauh di atas rasio 1 yang umumnya dianggap sebagai batas kewajaran. Peningkatan utang ini didorong oleh penerbitan obligasi berkelanjutan III senilai Rp 3 triliun. Dengan tingginya beban bunga akibat utang yang besar, perusahaan dapat mengurangi laba kena pajak, sehingga secara efektif menurunkan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Strategi ini, yang sering disebut sebagai *tax shield*, merupakan praktik yang umum dilakukan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan struktur perpajakannya.

Kasus pajak lainnya terdapat pada perusahaan yang menggarap berbagai merk otomotif terkenal seperti Jaguar, Bentley, Land Rover dan Mazda ini diduga KPK menyuap pegawai pajak mengenai restitusi pajak yang 5,3 Miliar dan 2,7 miliar pada 2015. Dikutip dari indopajak.id (2022), kasus ini bermula ketika PT WAE yaitu perusahaan penanaman modal asing yang melakukan bisnis pada

bidang dealer hingga servis ini diduga melakukan praktik suap kepada petugas pajak saat menyampaikan SPT Tahunan Pajak Penghasilan dimana Wajib Pajak Badan tersebut pada tahun 2015 mengajukan restitusi sebesar Rp 5,3 miliar.

Kemudian, Kantor Pelayanan Pajak PMA Tiga Jakarta melakukan pemeriksaan lapangan terkait pengajuan restitusi tersebut. Dari hasil pemeriksaan tersebut, ditemukan bahwa PT WAE mendapatkan status kurang bayar. HS yang berperan sebagai supervisor kemudian diduga menawarkan bantuan untuk menyetujui restitusi dengan imbalan di atas Rp1 miliar. Tersangka DM selaku Komisaris PT WAE menyetujui permintaan tersebut. Pada tahun 2016 PT WAE pun kembali menyampaikan SPT Tahunan Pajak Penghasilan dengan mengajukan restitusi sebesar Rp2,7 miliar.

PT WAE pun kembali menyampaikan SPT Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan tahun 2016 dengan mengajukan restitusi sebesar Rp2,7 miliar. Pada saat proses pemeriksaan tersangka HS memberitahukan pihak PT WAE bahwa terdapat banyak koreksi dan hasil pemeriksaan lapangan dinyatakan kurang bayar. HS pun kembali mengajukan bantuan dengan meminta uang senilai Rp 1 miliar kepada PT WAE. Akhirnya disepakati komitmen *fee* sejumlah Rp800 juta.

Selain itu bentuk perusahaan yang memanfaatkan celah aturan pajak saat ini kebanyakan dilakukan oleh Perusahaan *Over-the-Top* (OTT) seperti Twitter, Facebook, dan Google menjadi sorotan karena dituding melakukan penghindaran pajak di Indonesia (Nurdiansyah & Masripah, 2023). Hal ini dimungkinkan karena mereka tidak memiliki Badan Usaha Tetap (BUT) di Indonesia, sehingga tidak

terikat dengan peraturan perpajakan di negara ini. Pemerintah Indonesia telah berniat untuk mengatur dan mengenakan pajak kepada perusahaan OTT sejak tahun 2014. Namun, hingga saat ini, belum ada peraturan yang jelas dan tegas mengenai hal ini. Netflix, salah satu contoh perusahaan OTT, masih belum berstatus BUT di Indonesia dan penggunanya harus mentransfer uang berlangganan langsung ke rekening perusahaan di Belanda untuk menghindari pajak.

Dengan adanya permasalahan tersebut, hal ini menjadi salah satu bukti bahwa di Indonesia terdapat perusahaan yang melakukan tindakan manajemen pajak mengarah pada penghindaran pajak. Beberapa uraian dari fenomena yang telah dipaparkan merupakan suatu bukti bahwa pengelolaan pajak selama beberapa tahun ini telah menjadi isu penting dan mendapatkan perhatian lebih oleh pemerintah. Penelitian terdahulu tentang *tax management* masih bisa untuk diteliti karena hasil empirik menunjukkan hasil yang berbeda-beda (*Research gap*).

Dalam teori keagenan, praktik *tax management* dapat dilakukan secara maksimal oleh pihak manajemen karena dilandasi pengetahuan atas riil information yang lebih memadai dibandingkan dengan pemilik perusahaan (Ziliwu & Ajimat, 2021). Praktik *tax management* di suatu perusahaan didorong oleh berbagai macam faktor, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan *sales growth*.

Salah satu faktor yang diprediksi mampu mempengaruhi *tax management* yakni profitabilitas. Profitabilitas adalah gambaran kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba (Ginting & Machdar, 2023). Semakin baik kinerja perusahaan ditunjukkan oleh tingginya nilai *Net Profit Margin* yang dinyatakan dalam

persentase laba bersih yang dihasilkan setelah dikurangi dengan pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan bersih (Khatami et al., 2021). Hal tersebut dibuktikan oleh pendapat beberapa peneliti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *tax management* Sidabalok et al., (2022); Kamarullah Surya Pratama et al. (2024); Afifah & Hasymi (2020); Noviatna et al. (2021); Rossa et al. (2024); dan Agustin & Rely (2023). Sedangkan penelitian lain berpendapat bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *tax management* Fitriana & Isthika (2021); Apriadi & Putra (2023); Tholibin et al. (2022); Setyawan et al., (2021); dan Umami & Aryani (2023).

Faktor lain yang terbukti dapat mempengaruhi *tax management* yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan tidak dapat dilepaskan dari praktik *tax management* (Nursanti et al., 2023). Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam mengukur perusahaan yang digolongkan menjadi perusahaan besar, menengah dan kecil dengan cara mengukur total aktiva maupun aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan dan jumlah penjualan yang ada di sebuah perusahaan (Ghaly & Nazar, 2021). Selain itu parameter yang dapat digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, dapat dilihat dari banyaknya jumlah karyawan yang digunakan perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan (Ernawati et al., 2019).

Setiap pertumbuhan ukuran perusahaan akan mengakibatkan kenaikan jumlah pajak yang dihindari dan total aset perusahaan akan berkorelasi langsung dengan ukuran perusahaan, karena perusahaan besar memiliki kemampuan untuk

mengendalikan perpajakan melalui perencanaan pajak yang strategis berdampak pada penghematan pajak yang signifikan (Faradilla & Bhilawa, 2022). Jadi hal itu memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah-celah yang ada untuk melakukan tindakan *tax management* dari setiap transaksi (Rani et al., 2021). Ukuran perusahaan terbukti mempunyai pengaruh positif terhadap *tax management*. Hal tersebut dibuktikan oleh pendapat beberapa peneliti dalam penelitian yang dilakukan Umami & Aryani (2023); Yaramah & Andriyani (2022); Aprilia & Praptoyo (2020). Sedangkan penelitian lain berpendapat bahwa Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada *tax management* Magfiroh & Ratnawati (2024); Erlitasari et al. (2022); Alvares & Yohanes (2021)

Selain ukuran perusahaan, ada faktor lain yang mampu mempengaruhi *tax management* yaitu leverage. Zia & Kurnia (2018) menyatakan bahwa Leverage menunjukkan seberapa besar perusahaan menggunakan hutang untuk mendanai kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi jumlah pendanaan hutang yang digunakan perusahaan maka semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari hutang tersebut yang akan berpengaruh pada berkurangnya beban pajak perusahaan (Aulia & Mahpudin, 2020). Bunga pinjaman merupakan biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) terhadap penghasilan kena pajak sehingga akan mengakibatkan laba kena pajak perusahaan berkurang, hal ini tercantum pada peraturan perpajakan Pasal 6 ayat 1 huruf angka 3 UU nomor 36 tahun 2008 tentang PPh (Afrika, 2021). Hal tersebut dibuktikan oleh pendapat beberapa peneliti. Leverage berpengaruh terhadap *tax management* dalam penelitian Aryanti & Gazali (2019); Bela & Kurnia (2023); Hati et al. (2019); Wardani & Putri (2018); Anugrah

& Yuliana (2020); Umami & Aryani (2023). Sedangkan penelitian lain berpendapat bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap *tax management* Wijayanti & Muid (2020); Alvares & Yohanes (2021); Erlitasari et al. (2022).

Dalam penelitian ini terdapat beberapa modifikasi yaitu pada perubahan objek penelitian dan periode penelitian, serta penambahan variabel *sales growth* sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini berfokus pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023. Alasan pemilihan sektor *consumer non cyclicals* adalah karena perannya yang vital dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Perusahaan *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumsi yang permintaannya cenderung stabil atau tidak terlalu dipengaruhi oleh siklus ekonomi. Produk yang dihasilkan umumnya merupakan kebutuhan pokok sehari-hari, seperti makanan dan minuman, produk perawatan pribadi, obat-obatan, dan sebagainya. Sektor ini menampung 87 perusahaan yang bergerak di industri non-siklikal. Karakteristik utama dari perusahaan ini adalah permintaan produk yang konsisten, bahkan saat terjadi perlambatan ekonomi. Hal ini membuat perusahaan cenderung memiliki margin profit yang stabil dan sahamnya sering dianggap sebagai investasi yang aman atau *safe haven* bagi investor.

Periode penelitian yang dipilih yaitu 2021-2023, karena berdasarkan Laporan *Tax Justice Network* tahun 2023, yang menyatakan bahwa kerugian pajak Indonesia akibat penghindaran pajak diperkirakan mencapai US\$ 2,8 miliar per tahun. Selain itu periode 2021-2023 merupakan tahun terkini saat penelitian ini

dilakukan, sehingga temuan dan kesimpulannya lebih relevan dengan situasi dan kondisi terkini terkait pajak di Indonesia. Selanjutnya perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah adanya penambahan variabel moderasi yaitu pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang dapat memperkuat atau memperlemah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap manajemen pajak. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage mempengaruhi perilaku *tax management* yang dimoderasi oleh pertumbuhan penjualan (*sales growth*).

Sales Growth diperlukan sebagai pendukung untuk memperkuat atau memperlemah adanya variabel independen terhadap variabel dependen (Agastya & Yadnyana, 2023). Penelitian terkait hubungan antara ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan manajemen pajak telah dilakukan oleh Suyanto & Kurniawati (2022), bahwa perusahaan berskala besar dengan kapasitas produksi dan jangkauan pasar yang luas umumnya mengalami peningkatan penjualan dan pertumbuhan penjualan signifikan, sehingga dihadapkan pada beban pajak yang lebih besar, mendorong beberapa perusahaan tersebut untuk menerapkan praktik pengelolaan pajak sebagai strategi meminimalkan kewajiban pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh Agastya & Yadnyana (2023), menunjukkan pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap hubungan antara profitabilitas dan manajemen pajak, yaitu jika suatu perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan positif dengan tujuan meningkatkan kapasitas operasional dan penjualan, berpotensi meningkatkan profitabilitas dan laba yang pada akhirnya dapat memicu

kewajiban pajak yang lebih besar membuat manajemen perusahaan untuk menerapkan praktik *tax management* guna meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung.

Penelitian lain dari Budiadnyani & Dewi (2024), menyatakan pertumbuhan penjualan sebagai moderasi hubungan antara leverage dan manajemen pajak, berdasarkan teori *trade-off* dalam keuangan perusahaan menjelaskan bahwa perusahaan memilih struktur modal mereka dengan menyeimbangkan manfaat pajak dari hutang (leverage) dengan biaya kebangkrutan, dan bagi perusahaan dengan pertumbuhan penjualan tinggi, arus kas yang kuat memungkinkan mereka untuk mengambil lebih banyak hutang dan mendapatkan manfaat pajak yang lebih besar, menjadikan perencanaan pajak hutang yang dilakukan bagian dari strategi optimalisasi struktur modal mereka.

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* memiliki peran yang penting dalam manajemen modal kerja (Febriyanto & Finatariyani, 2021). Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang pesat tentunya membutuhkan dukungan finansial yang besar untuk mendanai pertumbuhan tersebut (Suteja, 2023). Penelitian ini menggunakan pengukuran pertumbuhan penjualan karena dapat menggambarkan baik atau buruknya tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan sehingga dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh perusahaan dengan besarnya tingkat pertumbuhan penjualan (Febriyanto & Finatariyani, 2021). Semakin tinggi *sales growth* perusahaan maka semakin tinggi laba yang diterima berdampak pada pajak yang harus dibayarkan perusahaan

menjadi lebih besar (Aprianto & Dwimulyani, 2019). Perusahaan cenderung melakukan perencanaan pajak untuk mengurangi jumlah beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara dan meningkatkan laba untuk dialokasikan pada upaya meningkatkan investasi perusahaan (Suteja, 2023).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan, maka peneliti mengulas penelitian yang berjudul **“PERAN PEMODERASI SALES GROWTH TERHADAP HUBUNGAN KINERJA KEUANGAN DAN TAX MANAGEMENT PADA EMITEN CONSUMER NON CYCLICALS PERIODE 2021-2023”**.

1.2 Pembatasan Masalah

Agar penelitian tidak berkembang dari diskusi yang dimaksud, agar diskusi bisa menjadi lebih fokus dan terarah maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Tema dalam penelitian ini mengenai aspek analisis laporan keuangan yaitu analisis rasio keuangan profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan *sales growth* terhadap *tax management*.
2. Penelitian dilakukan pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
3. Penelitian ini dilakukan dengan sumber dari laporan keuangan tahunan yang di terbitkan melalui www.idx.co.id atau web masing-masing perusahaan dengan waktu penelitian 2021-2023.

4. Menggunakan alat analisis Microsoft Excel dan SPSS sebagai alat bantu dalam penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah dibuat oleh peneliti, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
4. Apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
5. Apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.
6. Apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh leverage terhadap *tax management* pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, mendeskripsikan apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *tax management*.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, mendeskripsikan apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax management*.
3. Untuk mengetahui, menganalisis, mendeskripsikan apakah leverage berpengaruh terhadap *tax management*.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *tax management*.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *tax management*.
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan apakah *sales growth* dapat memoderasi pengaruh leverage terhadap *tax management*.

1.5 Manfaat Penelitian

- 1 Bagi Masyarakat

Penelitian tentang manajemen pajak dapat membantu masyarakat memahami cara perusahaan dan individu menggunakan celah hukum untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Hal ini dapat mencegah penyalahgunaan sistem perpajakan dan meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu perpajakan serta memotivasi masyarakat untuk menuntut perubahan dalam sistem perpajakan yang lebih adil dan efisien.

2 Bagi Pemerintah

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen pajak, seperti profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan bisa menjadi salah satu bahan tambahan untuk pemerintah merancang kebijakan perpajakan yang lebih tepat sasaran dan efektif untuk meminimalkan praktik manajemen pajak yang bisa berakibat terjadinya kasus penghindaran pajak maupun penggelapan pajak. Dengan menunjukkan komitmennya untuk mengatasi masalah hal ini, pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat.

3 Bagi Perusahaan

Perusahaan memiliki kesempatan untuk mematuhi kewajiban pajak atas pendapatannya sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku, dengan demikian, memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian Indonesia. Studi ilmiah dapat berperan sebagai panduan dalam keputusan perusahaan mengenai perencanaan pajak yang sah, yang tidak melanggar

hukum, dan dapat memberikan wawasan tambahan kepada perusahaan, memungkinkannya untuk secara bijaksana mengelola aspek perpajakan dan menghindari praktik manajemen pajak yang agresif.

4 Bagi Akademis

Studi ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mengenai praktik manajemen pajak, terutama dalam konteks pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pertumbuhan penjualan, terhadap manajemen pajak. Penelitian ini berfokus pada emiten *consumer non cyclicals* periode 2021-2023. Harapannya, hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi pada pengetahuan dalam bidang akuntansi dan perpajakan, terutama dalam konteks pengelolaan pajak. Hal ini dapat membantu dalam penerapan dan aplikasi teori-teori yang diperoleh selama studi, serta yang diperoleh dari sumber-sumber lain, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

5 Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini berpotensi menjadi sumber informasi yang berharga bagi peneliti berikutnya yang akan melanjutkan studi lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan. Studi ini diharapkan dapat berperan sebagai panduan dan kontribusi konseptual sebagai referensi atau kerangka pembanding bagi pengajuan penelitian serupa selanjutnya. Topik yang dimaksud adalah adakah pengaruh dari profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pertumbuhan

penjualan sebagai variabel moderasi terhadap manajemen pajak yang dapat dikembangkan dalam penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama tesis ini akan membahas mengenai :

Latar belakang masalah dengan menjelaskan secara mendalam tentang fenomena manajemen pajak termasuk faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Pembatasan masalah akan menguraikan batasan-batasan yang akan menjadi fokus penelitian sehingga penelitian ini terarah dan tidak terlalu luas cakupannya. Perumusan masalah akan merumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang ingin dijawab melalui penelitian ini. Tujuan penelitian akan menjelaskan apa yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Manfaat penelitian akan menjelaskan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik bagi masyarakat, pemerintah, perusahaan, akademisi, maupun peneliti selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Bab kedua tesis ini akan fokus pada pembahasan :

Landasan teori akan menjelaskan secara komprehensif tentang konsep-konsep teoritis yang mendasari penelitian ini, yakni *agency theory*, pengertian pajak, *tax management*, profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan *sales growth*. Penelitian terdahulu akan mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Pengembangan hipotesis akan merumuskan hipotesis-hipotesis penelitian yang ingin diuji dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga tesis ini akan membahas secara detail tentang metodologi penelitian meliputi :

Metode penelitian akan menjelaskan jenis penelitian dan metode pendekatan yang digunakan. Variabel penelitian akan mengidentifikasi dan menjelaskan variabel-variabel yang akan diukur dan dianalisis dalam penelitian ini, seperti (1) variabel independen, terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage (2) variabel dependen, yaitu *tax management* (3) variabel moderasi, yaitu *sales growth*. Metode pengumpulan data akan menjelaskan cara-cara yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Metode analisis data akan menjelaskan teknik-teknik statistik yang akan digunakan untuk menganalisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat tesis ini akan menguraikan penelitian secara sistematis :

Gambaran umum objek penelitian akan memperkenalkan secara detail tentang objek penelitian, termasuk jenis industri, periode penelitian, dan data yang digunakan. Hasil analisis data menyajikan hasil analisis data yang telah dilakukan, menggunakan tabel, grafik, dan statistik yang relevan menggunakan uji SPSS serta penjelasan dalam memaknai dari setiap uji yang dilakukan. Pembahasan hasil penelitian akan membahas temuan penelitian secara lebih mendalam, menghubungkannya dengan teori dan literatur yang relevan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berfokus pada :

Kesimpulan akan merangkum temuan utama penelitian secara singkat dan padat. Saran akan membahas saran implikasi temuan penelitian bagi para pemangku kepentingan lain.