

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan ritel merupakan salah satu sektor utama ekonomi Indonesia, yang berfungsi sebagai jembatan antara produsen dan konsumen. Simple Retail didefinisikan lebih dari aktivitas menjual barang dan jasa langsung kepada pengguna akhir, baik melalui bisnis fisik dan platform online. Perusahaan ini mencakup proses pengadaan, penyimpanan, dan penjualan produk yang dicoba oleh pemain ritel untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi komunitas mereka. Industri ritel di Indonesia tidak hanya berperan sebagai tempat berbelanja, tetapi juga menjadi bagian dari konteks yang lebih luas, seperti mendorong peningkatan daya beli masyarakat dan menciptakan lapangan kerja.

Di perusahaan, laporan keuangan tahunan berisi data penting dari perusahaan, termasuk keuntungan. Keuntungan mencerminkan kegiatan atau upaya untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Salah satu komponen utama yang menjadi perhatian adalah laba perusahaan, yang sering dijadikan tolok ukur keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Namun, adanya fleksibilitas dalam standar akuntansi yang berlaku umum memberikan ruang bagi manajemen untuk melakukan diskresi dalam pengakuan, pengukuran, dan penyajian informasi keuangan, yang dikenal sebagai manajemen laba.

Di Indonesia terdapat beberapa kasus perusahaan sektor retail yang telah melakukan tindakan manajemen laba, diantaranya yakni PT Matahari Departemen Store Tbk telah melakukan pelaporan penjualan kotor sebesar Rp 3,9 triliun di sepanjang semester 1 tahun 2020. Jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu penjualan turun 6,27 persen. Mengacu pada laporan keuangan emiten berkode saham LPPF, perusahaan melakukan pembukuan pendapatan bersih Rp 2,25 triliun atau mengalami penurunan sebesar 62,1 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada semester pertama tahun 2020, perusahaan mencatat rugi bersih sebesar Rp 358 miliar. Selain itu, perusahaan telah melakukan pengurangan biaya keringanan sewa yang berdampak pada penurunan biaya operasional sebesar 53,8 pada kuartal II tahun 2020. Dalam fenomena ini, bahwa manajemen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan pengelolaan keuangan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal.

Di tengah era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin meningkat, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan pendapatan, tetapi juga mampu mengelola laba secara efisien dan optimal. Manajemen laba adalah upaya yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk memodifikasi atau memengaruhi isi laporan keuangan perusahaan, dengan tujuan menarik perhatian investor dan pihak-pihak berkepentingan lainnya. Informasi yang tercantum dalam laporan keuangan ini memiliki peran penting untuk menilai kinerja dan perkembangan perusahaan, sehingga dapat dijadikan dasar dalam proses pengambilan keputusan. Dalam praktik

manajemen laba, terdapat konsep teori keagenan yang menjelaskan bagaimana pihak-pihak berkepentingan dapat secara langsung memengaruhi praktik tersebut. Selain itu, laba yang dilaporkan oleh manajemen tidak hanya digunakan untuk memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan, tetapi juga berperan dalam perhitungan kewajiban pajak perusahaan (Agustina & Sudjiman, 2022).

Beban pajak tangguhan merujuk pada kewajiban pajak yang belum dibayar pada tahun berjalan tetapi akan dibayar di masa mendatang. Beban pajak tangguhan adalah kewajiban yang timbul akibat adanya perbedaan sementara antara laba akuntansi dan laba fiskal. Perbedaan ini menjadi penyebab munculnya beban pajak tangguhan. Besarnya nilai beban pajak tangguhan setiap tahun dapat digunakan sebagai indikator dalam memprediksi praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajer, terutama untuk menghindari pelaporan kerugian atau penurunan laba (Sumantri & Arfandi, 2022).

Ukuran perusahaan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar pula kebutuhan dananya, yang salah satunya dapat dipenuhi melalui pendanaan eksternal seperti utang. Perusahaan berskala besar umumnya memiliki aktivitas operasional yang lebih luas dan tingkat pengenalan publik yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil, sehingga kebutuhan akan utangnya pun cenderung lebih besar. Selain itu, perusahaan besar biasanya lebih terbuka dalam menyampaikan informasi kinerja kepada

pihak eksternal, sehingga lebih mudah memperoleh pinjaman karena tingkat kepercayaan dari kreditur yang lebih tinggi (Erry Setiawan, 2022).

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana perubahan bisnis dari tahun ke tahun, baik dalam hal peningkatan maupun penurunan. Kenaikan penjualan sering kali menjadi pertanda adanya potensi keuntungan yang lebih besar, yang mendorong manajer untuk merumuskan strategi baru guna mengoptimalkan hasil. Tingkat penjualan yang tinggi mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mendukung pertumbuhannya di masa depan. Selain itu, pertumbuhan penjualan memiliki peran penting dalam pengelolaan modal kerja, sehingga perusahaan dapat memperkirakan hasil yang akan diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut (Kiki & Marsella Yudhita, 2023).

Sektor retail di Indonesia menarik untuk diteliti dalam konteks manajemen laba karena karakteristiknya yang unik dan dinamis. Perusahaan retail umumnya memiliki margin keuntungan yang relatif kecil, volume transaksi yang tinggi, serta inventaris yang besar dan beragam, yang semua itu memberikan ruang bagi manajemen untuk melakukan diskresi dalam pengakuan pendapatan, penilaian persediaan, dan estimasi cadangan kerugian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Winata & Winata, 2023) menunjukkan bahwa beban pajak tangguhan tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, sementara ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan

terbukti berpengaruh. Sebaliknya, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Geo Putri et al., 2023) menunjukkan bahwa beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba, namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sementara itu, penelitian oleh (Kiki & Marsella Yudhita, 2023) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Perusahaan Retail Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2024) ”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas,maka rumusan masalah penellitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh beban pajak tangguhan terhadap manajemen laba?
2. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba ?
3. Apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba ?
4. Apakah beban pajak tangguhan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap manajemen laba ?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba.
2. Untuk mengetahui ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.
3. Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba.
4. Untuk mengetahui beban pajak tangguhan, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba.

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya serta turut berkontribusi bagi ilmu akuntansi dan perpajakan.

2. Kegunaan Praktis

a) Bagi Penulis

Memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Universitas Satya Negara Indonesia. Menambah wawasan penulis

untuk mendapat pengetahuan yang baru dan meningkatkan pemahaman penulis terhadap bidang akuntansi dan perpajakan.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada perusahaan retail sebagai masukan yang dapat dijadikan tolak ukur manajemen laba.

c) Bagi Pembaca

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan masukan dan informasi bagi pembaca yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai masalah yang sama.

