

**PENGARUH PAJAK TANGGUHAN, KOMPENSASI MANAJEMEN DAN
SALES GROWTH TERHADAP MANAJEMEN PAJAK**

Riana Rizky Safitri
Universitas Pamulang
rianarizky164@gmail.com

Neneng Hasanah
Universitas Pamulang
dosen02422@unpam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Deferred Tax, Management Compensation and Sales Growth on Tax Management. The independent variables used are Deferred Tax, Management Compensation and Sales Growth. The dependent variable used is Tax Management. This research is a type of quantitative research using secondary data. The population in this research is non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018 - 2022. The method used is purposive sampling because this research has certain sample criteria which are adjusted to the research objectives. Based on the purposive sampling method, the number of samples in this study was 110 samples. In testing the hypothesis using panel data testing with the help of the Eviews version 12 program. Based on the results of the F test, it can be seen that the variables Deferred Tax, Management Compensation and Sales Growth together have an influence on Tax Management. Based on the results of the t test, it can be seen that the Deferred Tax variable has no effect on Tax Management. Management Compensation Variables influence Tax Management. The Sales Growth variable influences Tax Management.

Keywords: *Deferred Tax, Management Compensation, Sales Growth, Tax Management.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 - 2022. Metode yang

digunakan adalah *purposive sampling* karena penelitian ini memiliki kriteria sampel tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan metode *purposive sampling* jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 sampel. Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji data panel dengan bantuan program Eviews versi 12. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui variabel Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan *Sales Growth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Manajemen Pajak. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui variabel Pajak Tangguhan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Pajak. Variabel Kompensasi Manajemen berpengaruh terhadap Manajemen Pajak. Variabel *Sales Growth* berpengaruh terhadap Manajemen Pajak.

Kata kunci: Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen, *Sales Growth*, Manajemen Pajak.

PENDAHULUAN

Negara-negara di seluruh dunia telah menyadari pentingnya peran pajak, terutama dalam mendanai pengeluaran negara. Tanpa pajak, banyak aktivitas negara akan sulit dilakukan. Pajak merupakan salah satu faktor penting yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 tahun 2007 pasal 1, yang menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang harus dibayar oleh orang pribadi atau badan hukum, yang bersifat memaksa sesuai dengan ketentuan undang-undang dan tidak memberikan imbalan langsung kepada pembayar, melainkan digunakan untuk kepentingan negara demi kemakmuran rakyat secara maksimal. Semakin besar perusahaan dalam membayar pajak akan berkontribusi pada penerimaan negara, namun merupakan beban yang mengurangi keuntungan bisnis karena pembayaran tanpa imbalan langsung. Oleh sebab itu, manajemen pajak dapat meminimalkan beban serta mengurangi kewajiban perusahaan untuk membayar pajak, sesuai dengan pandangan umum di dunia usaha yang melihat pajak sebagai biaya yang harus diminimalkan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan perusahaan (Djuniar L, 2019). Manajemen pajak adalah sebuah cara yang digunakan untuk melaksanakan pembayaran pajak dengan tepat, tetapi dengan mengurangi total pajak yang seharusnya dibayar semaksimal mungkin guna mencapai keuntungan serta likuiditas yang diinginkan oleh manajemen (Marbun & Sudjiman, 2021). Manajemen pajak mencakup berbagai langkah, termasuk pelaksanaan, perencanaan, dan pengendalian, untuk mengelola kewajiban perpajakannya yang ditanggung oleh wajib pajaknya, untuk menjamin

hak dan kewajiban fiskal secara efektif dan efisien serta mengikuti peraturan yang berlaku (Suripto, 2020). Jumlah pajak yang riil dan dibayarkan perusahaan merupakan hasil dari manajemen pajak yang kemudian dicatat dalam laporan laba rugi (Syahputra & Simanjuntak, 2022). Menurut (Fitriyati, 2021) manajemen perpajakan harus dijalankan dengan baik agar tidak melanggar aturan pajak atau terlibat dalam penghindaran pajak. Pengelolaan perpajakan yang baik membantu perusahaan menghindari risiko hukum dan menjaga reputasinya. Selain itu, hal ini memungkinkan perusahaan untuk membayar pajak dalam jumlah yang lebih rendah dalam jangka panjang. Proses ini melibatkan strategi untuk secara legal mengurangi kewajiban pajak melalui perencanaan yang cermat dan optimalisasi pengeluaran yang dapat dikurangkan dari pajak (Manurung & Krisnawati, 2018). Terdapat fenomena manajemen pajak di Indonesia seperti yang terjadi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* salah satunya PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang penjualannya terus meningkat di masa pandemi Covid-19. Penjualan di tahun 2020 meningkat sebesar 0,12% menjadi Rp 42,97 triliun dari Rp 42,92 triliun pada tahun 2019. Pertumbuhan tersebut didorong oleh pertumbuhan penjualan domestik sebesar 0,69%, dari Rp 40,87 triliun menjadi Rp 41,16 triliun. Penjualan ekspor menurun sebesar 11,42% menjadi Rp 1,81 triliun dari Rp 2,05 triliun. Meskipun begitu, kontribusi penjualan ekspor terhadap total penjualan masih kecil sekitar 4%, sedangkan porsi penjualan dalam negeri mencapai 96%. Meski penjualan masih sedikit tumbuh, namun laba unilever turun 3,10% pada tahun 2020 menjadi Rp 7,16 triliun dari Rp 7,39 triliun pada tahun 2019. Penurunan ini disebabkan oleh peningkatan beban pemasaran sebesar 7,02%, peningkatan beban umum dan administrasi sebesar 12,84%, peningkatan biaya beban keuangan sebesar 8,06% serta perubahan penghasilan lain yang berubah menjadi beban lain-lain (<https://investasi.kontan.co.id>, Februari 2021). Berdasarkan fenomena tersebut, mencerminkan strategi manajemen pajak yang kompleks di Indonesia, di mana perusahaan seperti PT Unilever Indonesia Tbk mungkin menghadapi tantangan untuk mengoptimalkan struktur biaya mereka agar tetap kompetitif sambil mempertahankan kepatuhan terhadap peraturan pajak yang berlaku. Devina & Pradipta (2021) Manajemen pajak diterapkan oleh perusahaan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayarkan sesuai

dengan ketentuan hukum yang berlaku, dengan merancang strategi manajemen pajak yang tepat dan mengoptimalkan keuntungan dalam jangka panjang. Tujuan dari manajemen pajak ini bukan untuk menghindari pembayaran pajak, melainkan untuk memastikan bahwa pajak yang dibayar tidak melebihi jumlah yang seharusnya. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi manajemen pajak diantaranya ada Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan *Sales Growth*. Baraja *et al* (2019) mendefinisikan pajak tangguhan adalah jumlah pajak yang terhutang sekarang atau di masa depan karena penundaan pengakuan kewajiban pajak penghasilan. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan sementara antara penghasilan kena pajak dan beban kena pajak. Pajak tangguhan dapat diartikan sebagai beban pajak yang dapat menyebabkan pada peningkatan atau penurunan beban pajak yang harus dibayar wajib pajak di kemudian hari (Agadima & Hutabarat, 2022). Pencatatan pajak tangguhan dilakukan untuk menggambarkan jumlah kewajiban pajak dalam laporan keuangan selama tahun buku atau periode tertentu.(Hidayat, 2021). Pajak tangguhan terjadi karena perbedaan dalam perlakuan akuntansi dan perpajakan serta kerugian fiskal yang dapat dikompensasi di masa mendatang (Fitri & Machdar, 2023). Dalam perbedaan ini, bersama dengan kerugian fiskal yang dapat diimbangi di masa mendatang, harus dicatat dalam laporan keuangan selama periode yang telah ditentukan (Yanti & Muanifah, 2021). Menurut penelitian Piani & Safii (2023) menunjukkan pajak tangguhan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melakukan manajemen pajak. Sedangkan pada penelitian Oktaviani & Ajimat (2023) menunjukkan pajak tangguhan tidak ada kaitannya dengan manajemen pajak. Faktor kedua yang dapat berpengaruh pada manajemen pajak adalah kompensasi manajemen. Kompensasi adalah bentuk apresiasi dari perusahaan yang bisa berupa materi atau non-materi yang diberikan kepada manajer (Krisna & Susilawati, 2023). Tujuan pemberian kompensasi ini adalah untuk meningkatkan motivasi manajer dalam mencapai tujuan perusahaan serta menyesuaikan kepentingan pemegang saham dan manajer perusahaan (Budiadnyani, 2020). Bentuk kompensasi yang ada meliputi upah pokok (gaji), tunjangan insentif, remunerasi, program pensiun, kantin, seragam dan sebagainya (Indriyanti & Setiawan, 2019). Seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan

(UU HPP) dan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 tentang “Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan, pengenaan pajak atas natura dan kenikmatan merupakan kewajiban yang diatur secara hukum”. Berdasarkan UU HPP, Natura merupakan imbalan yang diberikan dalam bentuk selain uang, sementara kenikmatan adalah imbalan berupa hak untuk menggunakan fasilitas tertentu yang disediakan oleh perusahaan atau tempat kerja. Menurut penelitian Suripto (2020) kompensasi manajemen memiliki dampak terhadap manajemen pajak. Namun, demikian penelitian yang dilakukan oleh Suparmin & Satiman (2022) menyatakan bahwa kompensasi manajemen tidak memengaruhi manajemen pajak. Faktor ketiga yang dapat berpengaruh pada manajemen pajak adalah sales growth, Penjualan (*sales*) merujuk pada peningkatan atau penurunan total pendapatan yang dimiliki perusahaan. Pendapatan tersebut digunakan untuk operasional perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja, membangun kepercayaan, dan memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal dan internal perusahaan (Hasanah, 2023). Semakin besar sales growth umumnya diikuti dengan pertumbuhan laba yang semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa sales growth juga dapat mempengaruhi aktivitas dalam melakukan manajemen pajak (Irawati *et al*, 2020). *Sales Growth* memegang peranan penting dalam mengelola manajemen modal kerja yang menggambarkan peningkatan sales dari tahun ke tahun. Sales yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan semakin baik dalam menjalankan operasinya dan dapat mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan (Tanjaya & Nazir, 2021). Pendapatan yang tinggi dari penjualan dalam sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih besar, karena pajak penghasilan umumnya dihitung berdasarkan laba bersih perusahaan. Peningkatan laba bisa berakibat membuat perusahaan membayar pajak menjadi lebih besar, jika jumlah penjualan bertambah, maka manajemen pajaknya akan meningkat (Anisa & Pratin, 2022). Hasil Penelitian Rusli (2020) menyatakan bahwa sales growth secara signifikan berdampak terhadap manajemen pajak. Sedangkan menurut penelitian Apu & Ardini (2023) sales growth secara signifikan tidak berdampak terhadap manajemen pajak. Pemilihan perusahaan dari sektor *consumer non-cyclicals* untuk diteliti dalam penelitian ini, dikarenakan sektor ini dikenal aktivitas bisnisnya yang stabil dan terfokus pada kebutuhan dasar atau

primer masyarakat, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, dan kesehatan. Kebutuhan ini cenderung tetap tinggi meskipun dalam kondisi ekonomi yang berfluktuasi, memberikan stabilitas pendapatan yang relatif terjamin bagi perusahaan dalam sektor ini. Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini menunjukkan prospek pertumbuhan yang cerah, didorong oleh permintaan yang terus meningkat untuk produk dasar, dengan skala operasional yang besar memberikan pengaruh yang signifikan dalam perdagangan di Bursa Efek Indonesia. Dengan memfokuskan penelitian pada praktik manajemen pajak, tidak hanya mencerminkan kondisi penting dari industri tersebut di Indonesia, tetapi juga memberikan pemahaman yang berharga tentang kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi dan stabilitas pasar modal negara ini. Telah banyak penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti terdahulu terkait Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak, namun masih terdapat perbedaan hasil penelitian, selain itu terdapat beberapa kasus tentang manajemen pajak di perusahaan. Dalam konteks ini, peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian kembali terkait pengaruh pajak tangguhan, kompensasi manajemen dan sales growth terhadap manajemen pajak.

TELAAH LITERATUR

Manajemen Pajak

Manajemen pajak adalah sebuah cara yang digunakan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan yang tepat, tetapi dengan mengurangi jumlah pajak yang dibayar semaksimal mungkin guna mencapai keuntungan serta likuiditas yang diinginkan oleh manajemen (Marbun & Sudjiman, 2021). Manajemen pajak memiliki serangkaian langkah yang meliputi perencanaan, implementasi, dan pengendalian yang dilakukan oleh wajib pajak untuk mengelola kewajiban perpajakannya dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakan secara efektif dan efisien sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta untuk menghindari pemborosan (Suripto, 2020). Jumlah pajak yang riil dan dibayarkan perusahaan merupakan hasil dari manajemen pajak yang kemudian dicatat dalam laporan laba rugi (Syahputra & Simanjuntak, 2022). Pramudya *et al* (2022) menjelaskan bahwa

memaksimalkan penerimaan pajak bagi pemerintah melalui perubahan sistem perpajakan menjadi kunci keberhasilan untuk memaksimalkan penerimaan pajak bagi Pemerintah. Sistem perpajakan Indonesia sekarang ini masih menggunakan sistem self assessment. Sistem *self assessment* adalah sistem perpajakan yang mengharuskan wajib pajak untuk menghitung, membayar, serta melaporkan beban pajak yang di hitung oleh wajib pajak sendiri. Tujuan dari sistem *self assessment* adalah untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak, karena wajib pajak bertanggung jawab atas pajak yang tertanggung, wajib pajak juga diharapkan akan lebih mamahami serta mengerti mengenai kewajiban pajaknya karena dibuat dan dihitung sendiri (Hidayat *et al*, 2021). Pohan (2018) menjelaskan manajemen pajak tidak bertujuan agar wajib pajak dapat mengelak dari pembayaran pajak dengan cara melanggar peraturan perpajakan tetapi harus dilakukan dengan cara yang tidak melanggar peraturan perpajakan. Berikut tujuan dari manajemen pajak antara lain:

1. Meminimalkan beban pajak yang terutang
2. Memaksimalkan laba setelah pajak
3. Meminimalkan terjadinya pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh fiskus.
4. Memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien, efektif, sesuai dengan ketentuan perpajakan.

Perusahaan dapat melakukan manajemen pajak sebagai upaya untuk melakukan efisiensi pembayaran pajak, salah satunya dengan cara menggeser beban pajak ke periode sebelumnya atau selanjutnya, dan juga dengan menekan serendah mungkin pajak yang dibayarkan kepada pemerintah. Hasil dari manajemen pajak adalah jumlah pajak yang rill yang dibayarkan oleh perusahaan yang tercantum pada laporan laba rugi perusahaan (Syahputra & Simanjuntak, 2022). Manajemen berkewajiban memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efisien dan meningkatkan kinerja perusahaan sehingga nilai perusahaan dapat meningkat (Devina & Pradipta, 2021).

Pajak Tangguhan

Baraja *et al* (2019) mendefinisikan pajak tangguhan adalah jumlah pajak yang terhutang saat ini atau di masa depan akibat penundaan pengakuan utang pajak

penghasilan. Ini terjadi karena adanya perbedaan temporer antara penghasilan kena pajak (pajak penghasilan yang dihitung berdasarkan penghasilan yang sebenarnya dibayarkan kepada pemerintah) dan beban pajak penghasilan (pajak penghasilan yang dihitung berdasarkan penghasilan sebelum pajak). Pajak tangguhan (*deferred tax*) dapat diinterpretasikan selaku beban pajak yang dapat berdampak pada kenaikan maupun penurunan beban pajak yang perlu dibayar oleh wajib pajak di masa mendatang (Agadima & Hutabarat, 2022). Pajak tangguhan pada prinsipnya merupakan dampak dari PPh dimasa yang akan datang yang disebabkan perbedaan temporer (waktu) antara perlakuan akuntansi dan perpajakan serta kerugian fiskal yang masih dapat dikompensasikan di masa yang akan datang (*tax loss carry forward*) yang perlu disajikan dalam laporan keuangan suatu periode tertentu serta adanya perbedaan antara laba akuntansi yang berasal dari laporan keuangan fiskal (Prasetyo *et al*, 2019). Hal yang membedakan keduanya terletak pada koreksi yang muncul dari perbedaan temporer antara SAK dan peraturan perpajakan, yang dapat menyebabkan koreksi positif dan koreksi negatif. Koreksi positif akan menghasilkan aset pajak tangguhan, sementara koreksi negatif akan menghasilkan beban pajak tangguhan (Veronica & Kurnia, 2021). Jadi dapat disimpulkan bahwa pajak tangguhan merupakan sejumlah nilai yang timbul akibat perbedaan temporer yang dapat dikurangkan dan sisa kompensasi kerugian atau beda waktu antara laba dalam laporan keuangan komersial dan laba dalam laporan keuangan fiskal yang menyebabkan terjadinya koreksi positif atau koreksi negatif.

Kompensasi Manajemen

Kompensasi merupakan suatu apresiasi dari perusahaan dalam bentuk material maupun non material yang diperuntukan kepada pihak manajer (Krisna & Susilawati, 2023). Pemberian kompensasi bertujuan menumbuhkan motivasi manajer dalam mencapai tujuan perusahaan, serta menyepadankan kepentingan pemegang saham dengan kepentingan manajer perusahaan (Budiadnyani, 2020). Seperti diketahui, pengenaan pajak atas natura dan kenikmatan merupakan amanat dari Undang-Undang UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 55 Tahun 2022

tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan. Berdasarkan UU HPP, natura didefinisikan sebagai imbalan dalam bentuk selain uang. Sedangkan kenikmatan adalah imbalan dalam bentuk hak untuk memanfaatkan suatu fasilitas tertentu yang disediakan oleh perusahaan atau tempat kerja. Menurut UU HPP & PP 55/2022 Perlakuan Perpajakan atas Penggantian atau Imbalan dalam Bentuk Natura dan/atau Kenikmatan yang bukan objek pajak penghasilan diantaranya:

1. Makanan/minuman/bahan makanan/bahan minuman bagi seluruh pegawai meliputi: Makanan dan/atau minuman yang disediakan oleh pemberi kerja di tempat kerja. Kupon makanan dan/atau minuman bagi pegawai dinas luar meliputi pegawai bagian pemasaran, bagian transportasi, dan dinas luar lainnya. Bahan makanan dan/atau bahan minuman bagi seluruh Pegawai dengan batasan nilai tertentu.
2. Natura/Kenikmatan di daerah tertentu meliputi Sarana, prasarana, dan/atau fasilitas di lokasi kerja untuk Pegawai & keluarganya berupa: tempat tinggal, pelayanan kesehatan, pendidikan, peribadatan, pengangkutan; dan/atau olahraga tidak termasuk golf, balap perahu bermotor, pacuan kuda, terbang layang, atau olahraga otomotif. Sarana pengangkutan meliputi sarana bagi pegawai & keluarga nya dalam rangka penugasan. Lokasi mendapatkan penetapan daerah tertentu dari Direktur Jenderal Pajak (tata cara penetapan diatur di PMK).
3. Natura/Kenikmatan untuk keharusan pekerjaan meliputi Natura dan/atau kenikmatan mengenai keamanan, kesehatan, dan/atau keselamatan Pegawai yang diwajibkan oleh K/L berdasarkan ketentuan perundangan.meliputi: pakaian seragam, peralatan untuk keselamatan kerja, sarana antar jemput pegawai, penginapan untuk awak kapal dan sejenisnya, dan/atau natura dan/atau kenikmatan yang diterima dalam rangka penanganan pandemi, atau bencana nasional.

Sales Growth

Menurut Hasanah (2023) Pertumbuhan (*sales*) merupakan bertambah atau berkurangnya total aset yang dimiliki perusahaan. Aset perusahaan merupakan aset yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan yang diharapkan

dapat meningkatkan kinerja perusahaan, membangun kepercayaan dan memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal dan internal perusahaan. *Sales Growth* mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan (Arianti, 2022). Semakin besar *sales growth* umumnya diikuti dengan pertumbuhan laba yang semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa *sales growth* juga dapat mempengaruhi aktivitas dalam melakukan manajemen pajak (Irawati *et al*, 2020). Anisa & Pratin (2022) menjelaskan bahwa *sales growth* yang tinggi pada suatu perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih besar, karena pajak penghasilan umumnya dihitung berdasarkan laba bersih perusahaan. Peningkatan laba ini dapat menyebabkan perusahaan membayar beban pajak yang lebih besar, jika tingkat penjualan bertambah, maka manajemen pajaknya akan meningkat. Oleh karena itu, manajemen mempunyai peluang untuk melakukan manajemen pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar perusahaan dengan memanfaatkan program-program yang dapat dijadikan sebagai pengurang pajak (Chaidir, 2020). Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *sales growth* merupakan aktivitas yang biasanya dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai perubahan dalam nilai penjualan. Perhitungan tingkat *sales growth* dilakukan dengan membandingkan penjualan pada akhir periode dengan penjualan pada periode dasar. Jika nilai perbandingan semakin besar, berarti tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mengalami peningkatan. Keuntungan yang diperoleh juga akan mendorong *sales growth* dari tahun ke tahun.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Untuk memperoleh data sehubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, penulis mengambil data dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimana terdapat perusahaan

consumer non cyclicals yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 yang dapat diunduh di link: www.idx.co.id. Populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 125 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. didapatkan jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini sejumlah 22 perusahaan dan 110 sampel dari periode pengamatan selama 5 tahun (2018-2022). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI dan sampel pada penelitian ini diukur menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang aktif dan tercatat di BEI selama periode tahun 2018-2022.
3. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang menyediakan laporan keuangan secara lengkap selama periode tahun 2018-2022.
4. Perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang memperoleh laba dalam laporan keuangan selama periode tahun 2018-2022.
5. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang beban pajak tangguhannya mengalami penurunan selama periode tahun 2018-2022.

Data penelitian diolah menggunakan program EViews12. Dan data dianalisis menggunakan metode regresi data panel.

Tabel 1 Jumlah Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
4	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
5	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta Tbk.

7	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk
8	FISH	FKS Multi Agro Tbk.
9	GGRM	Gudang Garam Tbk.
10	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.
11	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
14	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb
15	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk.
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
17	MYOR	Mayora Indah Tbk.
18	STPP	Siantar Top Tbk.
19	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
20	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.
21	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
22	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

Regresi data panel yang digunakan dengan menggabungkan data *time-series* dengan data *cross-sectional*, dengan menggabungkan data *time-series* dan *cross-sectional* dapat menciptakan kolinearitas antar variabel yang lebih beragam dan tingkatnya lebih rendah dan lebih efisien. Persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Manajemen Pajak
 α : Bilangan Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
 X_1 : Pajak Tangguhan
 X_2 : Kompensasi Manajemen
 X_3 : *Sales Growth*
 e : Standar *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Hasil Persamaan Regresi

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	0.054770	0.061220	0.894645	0.3730
PT	-0.752692	0.557274	-1.350668	0.1797
KM	0.007405	0.002491	2.973268	0.0036
SG	-0.033885	0.016848	-2.011223	0.0468

Sumber: Data *e-views* versi 12 (2024)

Pada hasil uji regresi data panel terlihat tabel di atas menyatakan bahwa nilai konstanta (C) sebesar 0,054770. Selain itu, koefisien untuk variabel Pajak Tangguhan (X1) adalah sebesar -0,752692, untuk variabel Kompensasi Manajemen (X2) sebesar 0,007405, dan untuk Sales Growth (X3) sebesar -0,033885. Oleh karena itu, persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$MP = 0,054770 - 0,752692 (PT) + 0,007405 (KM) - 0,033885 (SG)$$

Keterangan:

MP : Manajemen Pajak

KM : Kompensasi Manajemen

PT : Pajak Tangguhan

SG : *Sales Growth*

Berikut ini yaitu interpretasi persamaan atas hasil regresi data panel yaitu nilai koefisien regresi senilai 0,054770. Hal ini dapat dikatakan jika variabel dependen yaitu Manajemen Pajak bernilai 0 (tidak mengalami kenaikan atau penurunan), maka manajemen pajak akan bernilai 0,054770. Nilai koefisien regresi Pajak Tangguhan senilai -0,752692. Maka setiap peningkatan satu dalam variabel Pajak Tangguhan, dapat diasumsikan bahwa variabel independen lain sifatnya tetap, akan mengalami penurunan sebesar - 0,752692 pada Manajemen Pajak. Nilai koefisien regresi Kompensasi Manajemen senilai 0,007405. Maka setiap peningkatan satu dalam variabel Kompensasi Manajemen, dapat diasumsikan bahwa variabel independen lain sifatnya tetap, akan mengalami peningkatan sebesar 0,007405 pada Manajemen Pajak. Nilai koefisien regresi *Sales Growth* senilai -0,033885. Maka, setiap peningkatan satu dalam variabel *Sales Growth*,

dapat diasumsikan bahwa variabel independen lain sifatnya tetap, akan mengalami penurunan sebesar - 0,033885 pada Manajemen Pajak.

Tabel 3 Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

R-squared	0.123437	Mean dependent var	0.152737
Adjusted R-squared	0.098628	S.D. dependent var	0.026610
S.E. of regression	0.025264	Sum squared resid	0.067655
F-statistic	4.975594	Durbin-Watson stat	1.586604
Prob(F-statistic)	0.002865		

Sumber: Data *e-views* versi 12 (2024)

Pada tabel di atas terlihat bahwa nilai Fhitung senilai 4,975594 dengan nilai probabilitas 0,002865. Sementara itu, menghasilkan Ftabel senilai 2,69 yang di dapat dari pencarian Ftabel dengan jumlah sampel (n) = 110, jumlah variabel (k) = 4. F-tabel bisa dilihat pada tabel distribusi F dengan tingkat signifikansi 0,05, maka df (N1) = k-1= 4-1= 3, dan df (N2) = n-k = 110-4 = 106, sehingga didapat nilai Ftabel senilai 2,69 sedangkan nilai F hitung diperoleh (4,975594 > 2,69). Dari tabel yang diberikan, prob (*F-statistic*) sebesar 0,002865 < 0,05, menunjukkan nilai prob < tingkat signifikan (0,002865 < 0,0). Artinya bahwa variabel independen yaitu Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan Sales Growth secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan dengan variabel dependen yaitu Manajemen Pajak. Tabel di atas memperlihatkan hasil dari *Adjusted R-squared* senilai 0,098628 atau setara dengan 9,8628%. Hasil tersebut mengindikasikan adanya hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat senilai 9,8628%, sehingga sisanya sebesar 90,1372% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel penelitian

Tabel 4 Hasil Uji t

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	0.054770	0.061220	0.894645	0.3730
PT	-0.752692	0.557274	-1.350668	0.1797
KM	0.007405	0.002491	2.973268	0.0036

SG	-0.033885	0.016848	-2.011223	0.046
				8

Sumber: Data *e-views* versi 12 (2024)

Perhitungan t tabel = $df(n - k)$ yaitu: $110 - 4 = 106 = 1,659$ Berikut adalah penjelasan hasil uji t yang di mana pada variabel Pajak Tangguhan, memperoleh nilai probabilitas senilai $0,1797 > 0,05$ serta nilai thitung senilai $-1,3506668 <$ nilai ttabel senilai $1,659$, sehingga hipotesis (H_0) diterima dan (H_1) ditolak. Maka, alhasil secara parsial Pajak Tangguhan tidak berpengaruh signifikan pada Manajemen Pajak. Pada variabel Kompensasi Manajemen, memperoleh nilai probabilitas $0,0036 < 0,05$ serta nilai thitung senilai $2,973268 >$ nilai ttabel senilai $1,659$, sehingga hipotesis (H_0) ditolak dan (H_2) diterima. Maka, alhasil secara parsial, Kompensasi Manajemen berpengaruh signifikan pada Manajemen Pajak. Pada variabel *Sales Growth*, memperoleh nilai probabilitas senilai $0,0468 < 0,05$ serta nilai thitung senilai $-2,011223 <$ nilai ttabel senilai $1,659$, sehingga hipotesis (H_0) ditolak dan (H_3) diterima. Maka, alhasil secara parsial Sales Growth berpengaruh negatif pada Manajemen Pajak.

Pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen dan *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak

Hasil penelitian mengenai pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen, dan *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak dapat dilihat dari hasil uji F (simultan) pada hasil tabel didapatkan bahwa secara hipotesis ketiga variable tersebut secara simultan berpengaruh terhadap Manajemen Pajak, dikarenakan nilai Fhitung $4,975594 >$ Ftabel, senilai $2,69$ dan nilai probabilitas sig. $0,002865 <$ $0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan (*agency theory*), yang dimana hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (agen) berfokus pada penyalarsan kepentingan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan efisiensi dalam manajemen pajak. Penelitian menunjukkan bahwa Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen, dan *Sales Growth* berperan penting dalam konteks ini. Pajak tangguhan dapat digunakan oleh manajer untuk merencanakan

kewajiban pajak di masa depan, membantu meminimalkan beban pajak saat ini dan memaksimalkan nilai perusahaan. Kompensasi manajemen yang terkait dengan kinerja finansial dapat mendorong manajer untuk mengelola kewajiban pajak secara lebih efisien, selaras dengan kepentingan pemilik perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memberikan manajer fleksibilitas lebih dalam perencanaan pajak, mendukung tujuan pemilik dan meningkatkan kinerja manajer. Secara keseluruhan, teori agensi menjelaskan bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi manajemen pajak dengan cara menyelaraskan kepentingan manajer dan pemilik perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Piani & Safii (2023) menyatakan bahwa Pajak Tangguhan berpengaruh terhadap Manajemen Pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Suropto (2020) menyatakan bahwa Kompensasi Manajemen berpengaruh terhadap Manajemen Pajak dan penelitian yang dilakukan oleh Rusli (2020) menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap Manajemen Pajak.

Pengaruh Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Pajak

Hasil penelitian mengenai pengaruh Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Pajak dapat dilihat dari hasil uji t (parsial) pada hasil tabel didapatkan bahwa secara hipotesis (H_0) diterima dan (H_2) ditolak, maka tidak ada pengaruh secara signifikan pada Manajemen Pajak, dikarenakan nilai thitung senilai $-1,3506668 < t_{tabel}$ senilai $1,659$, sedangkan nilai probabilitas sig. $0,1797 > 0,05$. Dalam konteks teori keagenan (*agency theory*), pajak tangguhan merupakan kewajiban pajak yang diakui perusahaan tetapi belum dibayar. Meskipun teori keagenan sering membahas cara menyelaraskan kepentingan pemilik dan manajer, dalam kasus pajak tangguhan yang tidak berpengaruh pada manajemen pajak, teori ini kurang relevan. Jika pajak tangguhan tidak memengaruhi keputusan manajemen terkait pengelolaan pajak, maka berarti manajer tidak menggunakan strategi pajak sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi yang mungkin berbeda dari kepentingan pemilik. Dalam hal ini, tidak ada masalah keagenan yang signifikan terkait dengan pajak tangguhan, karena tidak memengaruhi perilaku atau keputusan manajer dalam mengelola perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktaviani & Ajimat (2023) yang juga membuktikan bahwa Pajak

Tanggungan tidak mempunyai pengaruh pada manajemen pajak. Hasil ini mengindikasikan bahwa manajemen memiliki keterbatasan dalam memengaruhi beban pajak tanggungan, hal ini karena regulasi terkait beban pajak tanggungan dalam akuntansi bisnis dan perpajakan diatur oleh kebijakan perpajakan yang berlaku.

Pengaruh Kompensasi Manajemen terhadap Manajemen Pajak

Hasil penelitian mengenai Kompensasi Manajemen terhadap Manajemen, Pajak dapat dilihat dari hasil uji t (parsial) pada hasil tabel didapatkan bahwa secara hipotesis (H_0) ditolak dan (H_3) diterima, maka terdapat pengaruh secara signifikan pada Manajemen Pajak, dikarenakan nilai thitung senilai $2,973268 > F_{tabel}$ senilai $1,659$, sedangkan nilai probabilitas sig. $0,0036 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan (*agency theory*) yang membahas hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajer (agen) dalam sebuah perusahaan. Pemilik mendelegasikan otoritas kepada manajer untuk menjalankan perusahaan, dan kompensasi manajemen berperan penting dalam menyelaraskan kepentingan manajer dengan kepentingan pemilik. Potensi konflik kepentingan dapat muncul karena manajer mungkin mengejar tujuan pribadi yang berbeda, seperti manfaat jangka pendek atau gaji tinggi, tanpa memperhatikan dampak jangka panjang. Untuk mengatasi ini, pemilik dapat merancang paket kompensasi yang tepat, seperti bonus berbasis kinerja atau saham, untuk memberi insentif kepada manajer agar membuat keputusan yang meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, kompensasi manajemen dapat mengurangi masalah keagenan dan memastikan bahwa manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Surtanto (2020) yang mengungkapkan bahwa kompensasi manajemen berpengaruh terhadap manajemen pajak. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi level dewan maka semakin optimal pula pengelolaan perpajakan perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Manajemen Pajak

Hasil penelitian mengenai *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak, dapat dilihat

dari hasil uji t (parsial) pada hasil tabel didapatkan bahwa secara hipotesis (H_0) ditolak dan (H_4) diterima, maka terdapat pengaruh secara signifikan pada Manajemen Pajak, dikarenakan nilai thitung senilai $-2,011223 > t_{tabel}$ senilai $1,659$, sedangkan nilai probabilitas sig. $0,0468 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan (*agency theory*) yang berkaitan dengan bagaimana pemilik (*principal*) memotivasi manajer (agen) untuk bertindak sesuai dengan kepentingan mereka. Dalam konteks pertumbuhan penjualan (*sales growth*), teori ini relevan karena pemilik biasanya menginginkan peningkatan penjualan sebagai indikator utama keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan. Namun, manajer memiliki insentif yang berbeda, seperti mengejar target jangka pendek yang lebih mudah dicapai atau meminimalkan usaha untuk menyelaraskan kepentingan tersebut, pemilik dapat menggunakan strategi kompensasi berbasis kinerja yang terkait langsung dengan pertumbuhan penjualan. Dengan demikian, manajer akan lebih terdorong fokus pada strategi smeningkatkan penjualan, sehingga kepentingan pemilik dan manajer menjadi selaras. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rusli (2020) yang membuktikan bahwa *Sales Growth* membawa dampak yang signifikan terhadap *tax management*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang sangat baik, perusahaan dapat melakukan optimalisasi pengelolaan pajak sehingga dapat dilakukan perencanaan pajak yang efektif.

SIMPULAN

Dari hasil analisis, pengujian hipotesis, beserta pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, alhasil diperoleh beberapa kesimpulan antara lain hasil penelitian mengenai pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen beserta *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak mengindikasikan bahwa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan, karena nilai probabilitas sig. $0,002865 < 0,05$. Hasil penelitian mengenai pengaruh Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Pajak mengindikasikan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan, karena nilai probabilitas sig. $0,1797 > 0,05$. Hasil penelitian mengenai pengaruh Kompensasi Manajemen terhadap Manajemen Pajak mengindikasikan bahwa

secara parsial berpengaruh signifikan, karena nilai probabilitas sig. $0,0036 < 0,05$. Hasil penelitian mengenai *Sales Growth* terhadap Manajemen Pajak mengindikasikan bahwa secara parsial berpengaruh negatif, karena nilai probabilitas sig. $0,0468 < 0,05$. Hasil penelitian beserta hal-hal berkenaan dengan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberi saran yang mungkin bermanfaat bagi penelitian berikutnya yakni peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan sektor-sektor lain di luar sektor barang konsumen primer yang telah diteliti. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperpanjang periode penelitian menjadi lebih dari lima tahun, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Hendaknya peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel bebas yang lain yang berpotensi mempengaruhi variabel terikat dalam penelitian ini, seperti *leverage*, ukuran perusahaan, intensitas aset tetap, dan intensitas persediaan, untuk memperdalam pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi manajemen pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, A., & Pratin, A. M. (2022). Pengaruh Kompensasi Eksekutif, Pertumbuhan Penjualan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia) Vol 5 No.3*
- Apu, R. Y. T., & Ardini, L. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Pendapatan, Leverage, dan Dewan Komisaris Terhadap Manajemen Pajak Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA), Vol 12 No.1*
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal Vol 5 No.1*
- Baraja, L. M., Basri, Y. Z., & Sasmi, V. (2019). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak Dan Aktiva Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Trisakti Vol 4 No.2*
- Budiadnyani, N. P. (2020). Pengaruh kompensasi manajemen pada penghindaran pajak dengan kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis Vol 5 No.1.*
- Chaidir, M. (2020). Analisis Pengaruh Return On Assets, Debt To Equity Ratio, Dan Sales Growth Terhadap Manajemen Pajak (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014–2017). *Studia Ekonomika Vol 18 No.2*
- Devina, M., & Pradipta, A. (2021). Pengaruh Fasilitas Perpajakan, Return on

- Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Aset Tetap Terhadap Manajemen Pajak. *E-Jurnal Akuntansi TSM Vol 1 No.1*
- Djuniar Lis. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak. *Jurnal Akuntanika Vol 5 No.2*
- Fitri, S., & Machdar, N. M. (2023). Pengaruh Aset Pajak Tangguhan dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Akrua dengan Financial Distress sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021. *Journal Of Creative Student Research Vol 1 No.2*
- Fitriyati, R. (2021). Pengaruh Fixed Assets Intensity, Ukuran Perusahaan, Chief Financial Officer Expert Power Dan Chief Financial Officer Political Power Terhadap Manajemen Pajak Dengan Indikator Tarif Pajak Efektif (ETR). *JABKO: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Kontemporer Vol 1 No.2*
- Hasanah, N. (2023). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, DAN Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverege yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021). *Jurnal Bina Akuntansi Vol 10 No.1*
- Hidayat, W. W., Soehardi, S., & Husadha, C. (2021). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, Vol 4 No.2*
- Indriyanti, K. D., & Setiawan, P. E. (2019). Pengaruh Kompensasi Manajemen, Inventory Intensity Ratio, Dan Profitabilitas Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Vol 27 No.2*
- Irawati, W., Akbar, Z., Wulandari, R., & Barli, H. (2020). Analisis Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK), Vol 7 No.2*
- Krisna, D., & Susilawati, C. (2023). Pengaruh Kompensasi Manajemen, Pertumbuhan Penjualan, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Management and Bussines (JOMB) Vol 5 No.2*
- Manurung, T. K., & Krisnawati, A. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar di BEI periode 2012-2016). *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi), Vol 1*
- Marbun, A., & Sudjiman, P. E. S. (2021). Pengaruh Fasilitas Pajak dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Pajak yang Terdaftar di BEI 2017-2020. *Jurnal Audit Dan Perpajakan (JAP) Vol 1 No.1*
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Andi .
- Nurfitriani, F., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Tingkat Hutang Dan Kompensasi Dewan Komisaris Dan Direksi Terhadap Manajemen Pajak. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Vol 10 No.1*
- Oktaviani, S., & Ajimat, A. (2023). Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Kompensasi Manajemen dan Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Pajak. *InFestasi, Vol 19 No.2*

- Piani, C., & Safii, M. (2023). Pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen Dan Intensitas Persediaan Terhadap Manajemen Pajak: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 3 No.2*
- Pramudya et al. (2022). Self Assessment Dalam Hukum Pajak. *Jurnal Sosial Dan Sains Vol 4 No.5*.
- Prasetyo, N. C., Riana, R., & Masitoh, E. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Modus Vol 31 No.2*.
- Ruslaini, R., & Linn, S. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak. *Studia Ekonomika Vol 21 No.2*.
- Rusli, Y. M. (2020). Pengaruh Political Connection, Compensation Executive, Dan Sales Growth Terhadap Tax Management Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Lentera Akuntansi Vol 5 No.1*
- Suparmin, S. (2022). Pengaruh Pajak Tangguhan, Kompensasi Manajemen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak. *RJABM (Research Journal of Accounting and Business Management Vol 6 No.1*
- Suripto. (2020). Intensitas Modal Memoderasi Pengaruh Kompensasi Manajemen Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Manajemen Pajak Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Proceedings Universitas Pamulang Vol 1 No.1*
- Syahputra et al. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pajak Dengan Indikator Tarif Pajak Efektif Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Methosika: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist Vol 5 No.2*
- Tanjaya, C., & Nazir, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Trisakti Vol 8 No.2*.
- Veronica, E., & Kurnia, K. (2021). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Perusahaan Dan Strategi Bisnis Terhadap Tax Avoidance (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *E-Proceedings of Management Vol 8 No.1*
- Yanti, R. D., & Muanifah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Audit, Beban Pajak Tangguhan Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba. *Sakuntala Vol 1 No.1*