I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

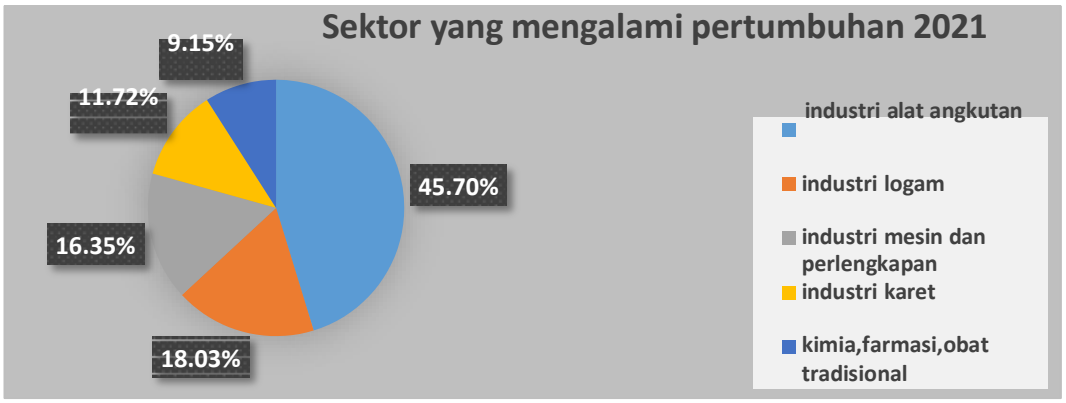
Perusahaan yang beroperasi di Indonesia dalam penyusunan laporan keuangannya mengikuti Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK), sementara untuk aspek perpajakan mereka berpedoman pada peraturan perpajakan. Hal ini sesuai dengan UU No. 28 Tahun 2007 Pasal 28 ayat (3), yang menyatakan bahwa pembukuan harus dilakukan sesuai dengan sistem yang umum digunakan di Indonesia, seperti standar akuntansi keuangan, kecuali jika peraturan perpajakan menetapkan lain. Menurut Setiawati dan Baningrum (2018), laporan keuangan harus mencerminkan informasi penting tentang kinerja perusahaan dan harus terbebas dari kesalahan serta kecurangan. Oleh karena itu, agar dapat berfungsi dengan baik bagi pengguna internal maupun eksternal, laporan keuangan harus disusun berdasarkan karakteristik kualitatif seperti dapat dipahami, andal, dapat dibandingkan, dan relevan.

Sulistyanto (2008) menyatakan bahwa manajemen laba adalah upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan. Upaya ini sesuai dengan keinginan manajer, yang dapat berupa peningkatan, perataan, atau penurunan laba, dengan cara mengubah pendapatan dan biaya pada periode tertentu. Dalam subsektor kosmetik yang merupakan bagian dari industri yang sangat kompetitif, manajemen laba menjadi salah satu strategi untuk menampilkan stabilitas dan pertumbuhan laba yang konsisten di tengah persaingan yang ketat. Hal ini dilakukan untuk memenuhi tekanan guna menunjukkan kinerja keuangan yang positif, menarik minat investor, dan meningkatkan nilai perusahaan. Namun, tindakan ini dapat merugikan pihak lain karena laporan keuangan yang disajikan tidak mencerminkan informasi laba yang sebenarnya, yang disebut sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi ini terjadi ketika terdapat perbedaan kepentingan antara manajer, yang mengelola perusahaan, dengan pemegang saham dan stakeholder.

Perencanaan pajak menurut Anwar (2013) merupakan serangkaian strategi yang digunakan untuk mengatur akuntansi dan keuangan perusahaan dengan tujuan meminimalkan kewajiban pajak tanpa melanggar ketentuan perpajakan. Dalam industri kosmetik, perusahaan dapat menerapkan strategi perencanaan pajak untuk memanipulasi angka laba yang dilaporkan di laporan keuangan dengan memanfaatkan celah pajak yang sah, sesuai dengan UU No 36 Tahun 2008. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan pembayaran pajak, menunda pengakuan laba ke masa depan, atau mengurangi beban pajak saat ini demi mencapai target laba yang diinginkan. Pilihan strategi perencanaan pajak ini dapat berdampak pada laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan perusahaan kosmetik.

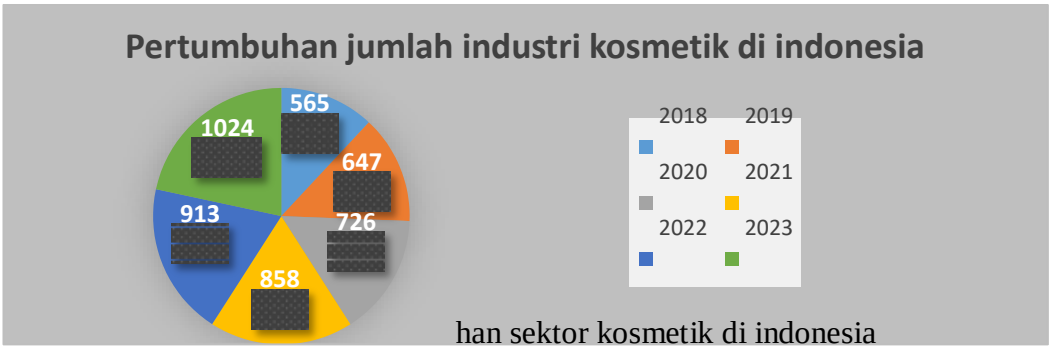
Menurut Martani Dwi et al. (2015), pajak tangguhan adalah konsekuensi dari pengakuan aset atau liabilitas dalam laporan keuangan yang memiliki perbedaan temporer dengan pengakuan pajaknya. Pajak tangguhan hanya diakui berdasarkan perbedaan temporer, yang artinya perbedaan tersebut akan pulih di masa depan. Secara keseluruhan, pengakuan antara pajak dan akuntansi adalah sama, tetapi terdapat perbedaan pengakuan di setiap periode. Pajak tangguhan muncul karena adanya kompensasi kerugian yang dapat dikompensasikan di masa mendatang menurut ketentuan pajak. Pajak tangguhan diatur dalam PSAK No. 46 tentang Akuntansi Pajak Penghasilan, yang membagi pajak tangguhan menjadi perbedaan temporer dan perbedaan permanen. Perbedaan temporer terjadi karena perbedaan waktu pengakuan biaya atau pendapatan dalam laba akuntansi dan laba fiskal, yang menimbulkan beban dan pendapatan pajak tangguhan dalam laporan keuangan perusahaan. Beban pajak atas penghasilan pajak (tax income) adalah jumlah keseluruhan dari pajak kini (current tax) dan pajak tangguhan (deferred tax) yang dihitung dalam laporan laba rugi selama satu periode (IAI, 2017).

Industri kosmetik merupakan sektor yang memproduksi produk kosmetik dengan Izin Usaha Industri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kosmetik sendiri diartikan sebagai bahan atau sediaan yang ditujukan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti kulit, rambut, kuku, bibir, serta area genital bagian luar, atau pada gigi dan membran mukosa mulut. Produk ini digunakan terutama untuk membersihkan, memberikan wangi, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau tubuh, serta melindungi atau merawat tubuh agar tetap dalam kondisi baik (BPOM, 2024).



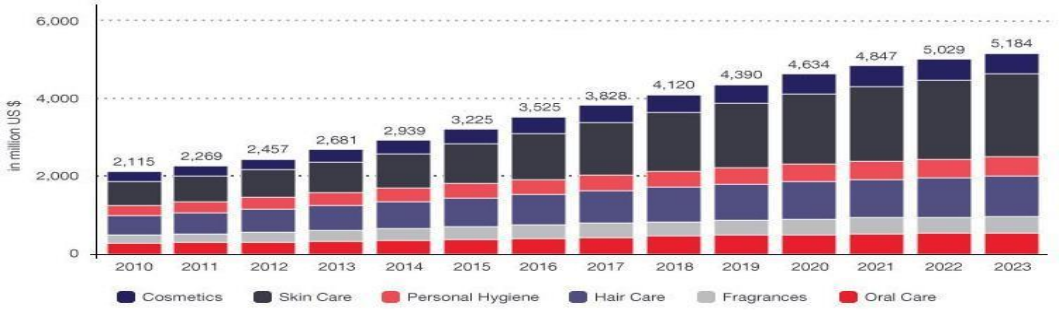
Gambar 1. Pertumbuhan sektor industri tahun 2021

Industri kosmetik, yang tergolong dalam sektor kimia, farmasi, dan obat tradisional, merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan selama pandemi COVID-19. Pertumbuhan ini terlihat dari peningkatan nilai ekspor di Indonesia berdasarkan data Balai Standarisasi dan Pelayanan Jasa Industri (BSPJI) tahun 2021. Meskipun menghadapi tekanan akibat pandemi yang mulai masuk ke Indonesia sejak tahun 2020, beberapa subsektor industri menunjukkan pertumbuhan yang signifikan pada Triwulan II-2021. Beberapa di antaranya adalah industri alat angkutan yang tumbuh sebesar 45,70%, diikuti oleh industri logam dasar 18,03%, industri mesin dan perlengkapan 16,35%, industri karet dan plastik 11,72%, serta sektor kimia, farmasi, dan obat tradisional dengan pertumbuhan 9,15%.



han sektor kosmetik di indonesia

Industri kosmetik di Indonesia merupakan salah satu industri yang meningkat ketika pandemi *coronavirus disease* 2019 (Covid-19) yang melanda dunia 4 tahun terakhir dimana industri di Indonesia mengalami dampak yang cukup signifikan akibat pandemi tersebut, hal ini terbukti dari peningkatan ekonomi selama tahun 2018 jumlah industri kosmetik di Indonesia sebanyak 565 industri, dan terus meningkat hingga tahun 2021 menjadi 858 industri, tahun 2022 kembali meningkat menjadi 913 industri bahkan per Juni tahun 2023 jumlah industri kosmetik terus meningkat sebesar
1024 industri ini berdasarkan data dari Buletin APBN DPR RI.



Gambar 3. Penjualan kosmetik di indonesia

Pertumbuhan kosmetik juga mempengaruhi penjualan kosmetik di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya dan berdampak pada pendapatan penjualan kosmetik di Indonesia dilansir pada badan pusat statistik data pertumbuhan nilai pasar kosmetik indonesia, dapat kita lihat pada gambar 1 tahun 2012 tercatat 2,457 miliar dolar AS dan pada tahun 2017 angkanya meningkat menjadi 3,828 miliar dolar AS lalu pada tahun 2022 angkanya menjadi 5,029 miliar dolar AS serta pada tahun 2023 angkanya menjadi 5,184 miliar dolar AS.

Sektor manufaktur telah menunjukkan pertumbuhan dari tahun ke tahun, salah satunya adalah sektor kosmetik. Namun, pertumbuhan ini tidak sejalan dengan penurunan pembayaran pajak di sektor manufaktur. Berdasarkan laporan Kementerian Keuangan yang merujuk pada APBN Kita edisi Oktober 2021, setoran pajak dari sektor manufaktur pada September 2019 mencapai Rp902,59 triliun, menurun menjadi Rp750,62 triliun pada September 2020. Meskipun pada September 2021 angka penerimaan pajak mencapai Rp850,06 triliun, jumlah ini masih lebih rendah dibandingkan tahun 2019.

Keterkaitan antara variabel independen, seperti pajak tangguhan dan perencanaan pajak, dengan variabel dependen, yaitu manajemen laba, terletak pada definisi manajemen laba itu sendiri sebagai upaya manajerial untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan. Kinerja ini membutuhkan strategi, seperti perencanaan pajak. Pajak tangguhan juga memengaruhi manajemen laba karena manajer dapat memanfaatkan celah dalam pengakuan pendapatan akibat perbedaan aturan perpajakan dan standar akuntansi keuangan.

Penelitian sebelumnya oleh Deviyarty, Lestary, dan Panjaitan (2021) tentang pengaruh perencanaan pajak, beban pajak kini, dan pajak tangguhan terhadap manajemen laba di perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2015-2019, menemukan bahwa perencanaan pajak dan pajak tangguhan secara parsial mempengaruhi manajemen laba. Penelitian oleh Astutik dan Mildawati (2016) juga menunjukkan hasil serupa, dengan perencanaan pajak dan pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman. Berdasarkan

uraian tersebut, penulis tertarik untuk membuktikan pengaruh beban pajak tangguhan dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan subsektor kosmetik, dengan judul "Analisis Pengaruh Pajak Tangguhan Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Kosmetik."

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan maka terdapat bebeapa masalah yang ingin diselesaikan melalui penelitian ini

a) Apakah pajak tangguhan berdampak terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik periode 2019 s/d 2023?
b) Apakah perencanaan pajak berdampak terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik periode 2019 s/d 2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

a) Mengetahui pengaruh pajak tangguhan terhadap manajemen laba subsektor kosmetik periode 2019 s/d 2023.
b) Mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba subsektor kosmetik periode 2019 s/d 2023.

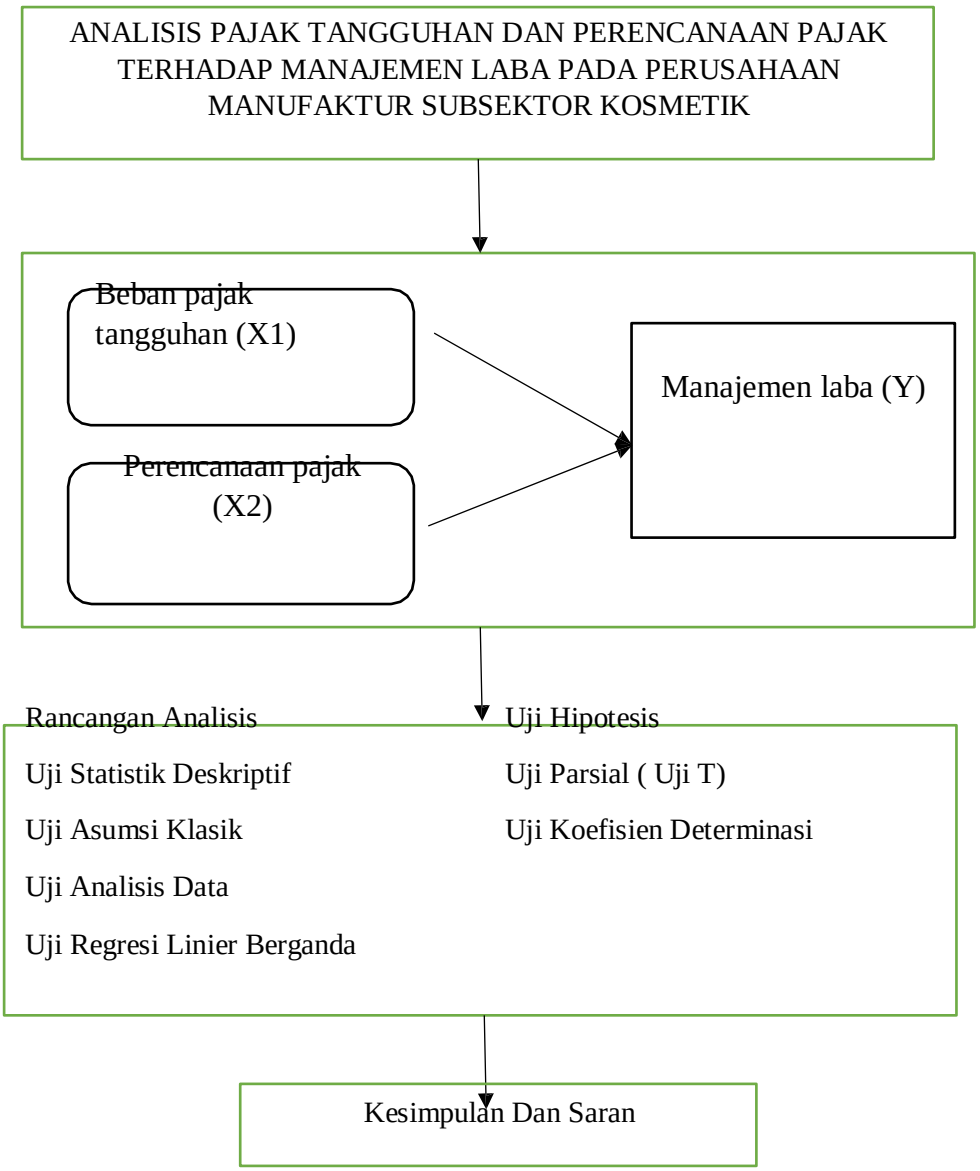
1.4. Manfaat Penelitian

a) Bagi peneliti: penelitian diharapkan dapat memberikan pengalaman dan tambahan pengetahuan yang didapatkan selama kuliah.
b) Bagi pembaca: penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan, memberi masukan, serta meningkatkan pemahaman serta dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengembangan penelitian penelitian selanjutnya.
c) Bagi *investor*: penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai kondisi perusahaan terkait tanpa adanya praktik curang dari manajemen.

1.5. Kerangka Penelitian

Berdasarkan latar belakang yag telah diuraikan pada penelitian kali ini memakai dua (2) jenis variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel

dependen (Y), variabel independen (X) meliputi pajak tangguhan serta perencanaan pajak dan variabel dependen (Y) adalah manajemen laba.



Gambar 4. Kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Teori

2.1.1. Teori *Agency*

Teori agency pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori ini menjelaskan tentang hubungan antara principal dan agent, di mana pemerintah berperan sebagai principal dan pemilik perusahaan bertindak sebagai agent. Teori ini menyoroti adanya potensi konflik kepentingan antara principal dan agent, di mana agent cenderung bertindak sesuai dengan kepentingan pribadi atau tujuan individu mereka, yang mungkin tidak selalu sejalan dengan kepentingan principal. Hubungan keagenan ini sering terjadi ketika principal memberikan wewenang kepada agent untuk menjalankan tugas atau membuat keputusan atas namanya (Hakim, 2015).

Keterkaitan antara teori *agent* dengan penelitian ini adalah bahwa teori ini menyoroti adanya potensi konflik antara principal (pemerintah) dan agent (pemilik perusahaan). Dalam konteks perencanaan pajak dan pajak tangguhan, pemilik perusahaan mungkin lebih cenderung menggunakan strategi perencanaan pajak yang agresif atau memanipulasi pajak tangguhan untuk mempengaruhi angka laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Hal ini dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara kepentingan pemerintah dan manajer perusahaan.

2.1.2. Teori Kepatuhan pajak

Teori keptuhan pajak pertama kali diperkenalkan oleh Milgram (1963). Dalam teori ini dijelaskan mengenai situasi di mana seseorang mematuhi perintah atau aturan yang telah ditetapkan. Sementara itu, teori kepatuhan menurut Sandmo (2018) melihat kepatuhan pajak dari sudut pandang ekonomi. Teori ini berpendapat bahwa tidak ada wajib pajak yang secara sukarela membayar pajak, sehingga dalam tindakan membayar pajak (risk aversion), individu lebih sering menunjukkan penolakan (Klaudia et al., 2017).

Keterkaitan antara teori kepatuhan pajak dengan penelitian ini terletak pada kepatuhan terhadap peraturan perpajakan yang telah ditetapkan. Meskipun setiap wajib pajak, baik individu maupun badan, memiliki kewajiban untuk membayar pajak, manajer seringkali melakukan perubahan terhadap laba, baik dengan menaikkan maupun menurunkannya, untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayarkan.

2.1.3. Pajak Tangguhan

Pajak tangguhan, menurut Martani Dwi et al. (2015), adalah akibat dari pengakuan aset atau liabilitas dalam laporan keuangan yang memiliki perbedaan sementara dengan dasar pengakuan pajaknya. Pengakuan pajak tangguhan hanya dilakukan atas perbedaan temporer yang akan dipulihkan di masa depan. Secara keseluruhan, pengakuan pajak dan akuntansi akan sama, namun terdapat perbedaan dalam pengakuannya pada setiap periode. Pajak tangguhan bisa terjadi karena kompensasi kerugian yang, menurut ketentuan pajak, dapat dikompensasikan di masa mendatang.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 46, pajak tangguhan adalah jumlah pajak penghasilan yang akan muncul di periode mendatang akibat perbedaan temporer (waktu) yang bisa dikurangkan serta sisa kompensasi kerugian. Pajak penghasilan yang dibayar kepada pemerintah disebut pembayaran PPh, sementara pajak penghasilan yang dihitung dari laba sebelum pajak disebut pengeluaran PPh. Ketika terjadi perbedaan temporer, sebagian dari perbedaan yang timbul antara liabilitas dan kewajiban perpajakan harus dicatat dan disajikan dalam laporan keuangan melalui akun pajak tangguhan (Zain, 2008).

2.1.4. Perencanaan pajak

Perencanaan pajak adalah serangkaian strategi yang digunakan untuk mengatur akuntansi dan keuangan perusahaan guna meminimalkan kewajiban perpajakan tanpa melanggar aturan yang berlaku, atau dapat juga diartikan sebagai upaya dalam merencanakan perpajakan agar pembayaran pajak oleh perusahaan dilakukan secara efisien (Chairil, 2013).

Motivasi perencanaan pajak menurut Dwikora dan Novianita (2023) didorong oleh beberapa faktor yaitu:

a) Tingkat kesulitan suatu peraturan (*complexity of rule*), semakin rumit aturan pajaknya, maka WP cenderung menghindarinya.
b) Besarnya pajak yang dibayar (*tax required to pay*), pembayaran jumlah pajak yang semakin besar, kecenderungan WP melakukan kecurangan dengan memperkecil jumlah pembayaran pajaknya juga semakin besar.
c) Biaya untuk negosiasi (*cost of bribe*), baik disengaja atau tidak, WP melakukan negosiasi kepada Fiskus agar kewajiban pajaknya bisa lebih kecil jumlahnya.
d) Risiko deteksi (*probability of detection*), berhubungan dengan tingkat probabilitas apakah pelanggaran perpajakan tersebut akan terdeteksi atau tidak. Makin kecil risiko terdeteksi, makin tinggi kecenderungan WP melakukan pelanggaran.
e) Besarnya denda (*size of penalty*), pemberian sanksi perpajakan yang makin berat, menjadikan WP cenderung menghindari pelanggaran pajak. Sebaliknya, WP akan cenderung melanggar ketika sanksi yang diberikan makin ringan.
f) Moral masyarakat, menentukan tingkat kepatuhan dan kesadaran dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

Manfaat yang akan diterima oleh manajemen perusahaan ataupun Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) jika melakukan perencanaan yang baik dan benar adalah:

a) Penghematan kas keluar, karena beban pajak yang merupakan unsur biaya dapat dikurangi.
b) Mengatur aliran *Cashflow* dengan perencanaan pajak yang cermat membuat perusahaan lebih akurat dalam penyusunan anggaran kas.

Variabel perencanaan pajak diukur menggunakan rumus *tax retention rate* (tingkat retensi pajak), yang digunakan untuk menganalisis efektivitas manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan selama tahun berjalan. Rumus ini menghitung laba bersih dibagi dengan laba sebelum pajak, yang angkanya dapat ditemukan dalam laporan keuangan bagian laba rugi (Wild et al., 2004).

2.1.5. Manajemen Laba

Manajemen laba adalah tindakan manajerial yang bertujuan untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan sesuai dengan keinginan manajer. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan, penurunan, atau perataan laba dengan memperbesar atau mengecilkan pendapatan dan biaya dalam periode berjalan (Sulistyanto, 2008). Biasanya, manajemen laba merujuk pada usaha manajemen untuk mengubah atau mempengaruhi informasi keuangan demi menyesatkan pemangku kepentingan yang mencari informasi tentang kinerja atau kondisi perusahaan. Menurut Herlambang dan Darsono (2015), manajemen laba sering kali muncul sebagai hasil dari masalah keagenan yang disebabkan oleh pemisahan peran serta perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen.

Sulistyanto (2008) juga menjelaskan bahwa terdapat tiga pola manajemen laba yang dapat dipilih oleh manajer, tergantung pada tujuan yang ingin dicapai. Jika manajer ingin kinerja terlihat lebih baik daripada yang sebenarnya, maka ia akan meningkatkan informasi laba lebih tinggi dari kondisi sesungguhnya. Sebaliknya, jika tujuan manajer adalah menampilkan kinerja yang rendah, ia akan menurunkan laporan labanya dibandingkan dengan kinerja sebenarnya. Untuk menjaga kestabilan kinerja selama beberapa periode, manajer dapat mengatur informasi sehingga laba terlihat lebih merata dan tidak fluktuatif. Upaya memanipulasi laporan keuangan ini, seperti menyembunyikan, menunda pengungkapan, atau mengubah informasi, disebut sebagai manajemen laba.

Manajemen laba dapat diukur dengan menggunakan 2 metode yaitu metode jones dan melalui pendekatan distribusi laba alasan saya menggunakan distribusi laba karena dapat membantu mengidentifikasi pola

laba yang tidak biasa seperti laba yang terlalu stabil yang dapat menunjukan adanya manajemen laba.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul	Metodologi	Hasil
1.	Amanda dan Febrianti (2015)	Analisis Pengaruh Beban Pajak Kini, Beban Pajak Tangguhan, Dan Basis Akrual Terhadap Manajemen Laba	Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dan menguji hipotesis yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif dan regresi logistik	Beban pajak kini berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan beban pajak tangguhan dan basis akrual tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
2	Astutik dan Mildawati (2016)	Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba	Teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda	Hasil pengujian Menunjukkan perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman
3	Sutadipraja dan Mardiana (2020)	Pajak Kini, Pajak Tangguhan, Aset Pajak Tangguhan, Liabilitas Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba	Penelitian menggunakan metode kuantitatif.	Pajak kini, pajak tangguhan, dan aset pajak tangguhan berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba
4.	Deviyarty, Lestary dan Panjaitan (2021)	Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak, Beban Pajak Kini Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019	Metode dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perencanaan pajak, beban pajak tangguhan ,berpengaruh terhadap manajemen laba pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI.
5.	Qudsy dan afiqah (2022)	Pengaruh provitabilitas, laverage dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba	Teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda	Profitabilitas tidak berpengarug terhadap manajemen laba dan perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Sumber: Data diolah (2024)

Dilihat pada Tabel 1. Penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa yang ada pada penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu diatas yaitu memiliki kesamaan dalam metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif
2. Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek yaitu menggunakan seb sektor kosmetik, waktu yang digunakan untuk tahun 2019 s/d 2023 serta penelitian ini mengambil populasi dari kementrian perindustrian dan melalui website resmi perusahaan

2.3. Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan proses pengambilan data dilakukan dengan jenis data sekunder yaitu dengan mengunjungi website resmi perusahaan sektor kosmetik dan mengunduh laporan keuangan untuk periode tahun 2019 s/d 2023. Bahan yang diperlukan penelitian ini berupa laporan keuangan yang proses perolehan bahannya dengan melalui situs web resmi serta alat yang digunakan berupa softwere dalam ios komputer berupa *Microsoft excel* dan SPSS 25.

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah asumsi sementara untuk menjelaskan dan menguji kebenarannya berdasarkan kerangka pemikiran yang dibahas sebelumnya maka penulis memiliki beberapa hipotesis yaitu:

2.4.1. Pengaruh pajak tangguhan terhadap manajemen laba

Menurut Martani Dwi et al. (2015), pajak tangguhan adalah akibat dari pengakuan aset atau liabilitas dalam laporan keuangan yang memiliki perbedaan temporer dengan dasar pengakuan pajaknya. Pajak tangguhan diakui hanya atas perbedaan temporer, yang berarti perbedaan tersebut akan diselesaikan di masa mendatang. Secara total, pengakuan pajak dan akuntansi mungkin sama, tetapi ada perbedaan pengakuan pada setiap periode. Pajak tangguhan juga dapat terjadi karena adanya kompensasi kerugian yang menurut peraturan pajak dapat digunakan di masa depan.

Pengaruh pajak tangguhan terhadap manajemen laba dapat sangat berpengaruh dalam praktik keuangan perusahaan. Pajak tangguhan dapat dimanfaatkan sebagai alat manajemen laba, dengan mengatur pengakuan pendapatan dan beban dalam laporan keuangan. Melalui penyesuaian estimasi pajak tangguhan, perusahaan dapat mengendalikan laba yang dilaporkan dalam

periode tertentu, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Deviyarty (2021) serta Sutadipraja et al. (2020) mendukung bahwa pajak tangguhan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba untuk subsektor kosmetik.

2.4.2. Pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba

Perencanaan pajak adalah salah satu insentif pajak yang mempengaruhi manajer perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba. Peran perencanaan pajak dalam praktik ini secara konseptual dapat dijelaskan melalui teori keagenan dan teori kepatuhan. Berdasarkan teori keagenan, pemerintah (fiskus) bertindak sebagai principal dan manajemen sebagai agent, di mana kedua pihak memiliki kepentingan yang berbeda dalam hal pembayaran pajak. Perusahaan (agent) cenderung berusaha membayar pajak seminimal mungkin, karena pembayaran pajak mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Di sisi lain, pemerintah (principal) membutuhkan penerimaan pajak untuk membiayai pengeluaran negara. Perbedaan kepentingan ini menciptakan konflik, yang kemudian memotivasi agent untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Penelitian dari Astutik dan Mildawati (2016) serta Qudsy dan Afiqoh (2023) mendukung bahwa perencanaan pajak dan pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba, terutama pada perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba untuk subsektor kosmetik