

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ketidakpastian ekonomi global merupakan isu ekonomi yang disebabkan oleh beberapa kondisi seperti yang diungkapkan oleh Bank Indonesia dalam Laporan Keuangan Indonesia tahun 2023, diantaranya meliputi: pemulihan krisis ekonomi pasca pandemi Covid-19; konflik geopolitik yang mendorong harga energi dan pangan meningkat sehingga mengakibatkan lambatnya penurunan inflasi global (*gradual disinflation*); kenaikan suku bunga kebijakan moneter di negara maju untuk menekan angka inflasi yang tinggi; berlanjutnya arus modal keluar dari negara berkembang ke negara maju dan aset yang lebih likuid; nilai tukar dollar Amerika Serikat (AS) yang masih tetap kuat dan memberikan tekanan pelemahan terhadap berbagai mata uang dunia (Bank Indonesia, 2023).

International Monetary Fund (IMF) dalam laporan "*World Economic Outlook, April 2020*" menyebutkan bahwa pandemi COVID-19 memicu resesi global yang disebut sebagai "*The Great Lockdown*". Resesi ini merupakan yang terdalam sejak *Great Depression* dengan jangkauan yang luas dibandingkan krisis finansial global pada tahun 2008-2009. Produk Domestik Bruto (PDB) global diproyeksikan menyusut tajam dengan tingkat pengangguran dan kerugian ekonomi yang signifikan serta merupakan krisis ekonomi global terburuk sejak perang dunia II (International Monetary Fund, 2020).

Termasuk di Indonesia, resesi global akibat dari pandemi Covid-19 menyebabkan disrupsi besar dalam perekonomian dengan adanya pembatasan

mobilitas, penutupan bisnis, serta penurunan permintaan konsumen memicu ketidakstabilan ekonomi yang memengaruhi hampir semua sektor perusahaan termasuk sektor makanan dan minuman. Kinerja perusahaan sektor makanan dan minuman pada tahun 2020 menyusut 17,51%, namun pada tahun berikutnya kinerja perusahaan industri sektor makanan dan minuman kembali berbalik positif yaitu tumbuh 5,03% di tahun 2021 dan semakin melesat tumbuh mencapai 40,54% tahun 2022 (Datanesia, 2023).

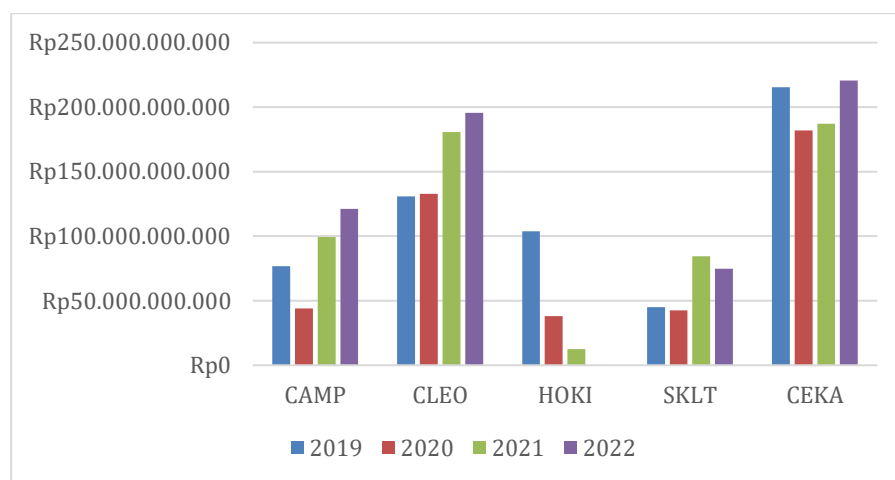
Sektor ini sangat terpengaruh oleh kebijakan *lockdown* serta perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, seperti berkurangnya frekuensi makan di luar dan gangguan pada rantai pasokan global. Ini mencerminkan besarnya dampak ekonomi pandemi, yang tidak hanya memengaruhi sektor jasa, tetapi juga manufaktur dan perdagangan internasional. Selain itu, ketidakpastian ekonomi global yang terus berlanjut mengenai pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 menambah tekanan pada perusahaan untuk bertahan dalam situasi tersebut. Walaupun demikian, industri makanan dan minuman memegang peranan penting dalam perekonomian. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat akan produk makanan dan minuman, yang merupakan kebutuhan dasar manusia, sehingga keberadaannya akan selalu diperlukan. Dapat dikatakan bahwa keberlangsungan (*going concern*) perusahaan makanan dan minuman akan lebih terjamin dibandingkan dengan industri lain karena permintaan akan makanan dan minuman akan terus ada sepanjang manusia masih hidup di dunia (Cahyonugroho & Sunarya, 2024). Selain itu, berdasarkan data yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman merupakan sektor dengan

kontribusi PDB terbesar di Industri Manufaktur dengan nilai rata-rata 6,58% atas dasar harga dari nilai rata-rata 19,3% kontribusi Industri Manufaktur untuk tahun 2020-2023 yang merupakan sektor industri dengan kontribusi PDB tertinggi (Badan Pusat Statistik, 2024).

Kinerja keuangan merupakan proses penting bagi setiap perusahaan untuk menghindari kesulitan keuangan, kebangkrutan dan suatu penilaian mendasar mengenai kualitas suatu perusahaan (Devi et al., 2023). Pengukuran ini menjadi esensial dalam memahami keberhasilan perusahaan, khususnya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Sementara itu Devi et al., (2023) juga menyebutkan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik lebih mudah untuk memaksimalkan laba atau keuntungan yang akan berdampak pada tingginya pengembalian investasi pada investor, sehingga lebih mudah untuk mendapatkan investor. Selain itu, laba sering digunakan sebagai suatu dasar pengenaan pajak, kebijakan dividen, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi (Ihsan, 2022). Laba yang dihasilkan tidak menjadi ukuran bahwa perusahaan telah bekerja secara efisien. Efisiensi suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan kekayaan atau modal yang dimiliki atau dengan menghitung profitabilitasnya (Wulandari, 2021).

Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dapat diukur dengan profitabilitas (Karlina et al., 2023). Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu penilaian kondisi suatu perusahaan (Kusumadewi, 2022). Perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitas, karena semakin tinggi tingkat

profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin (Widhi & Suarmanayasa, 2021). Selain itu, tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan dananya, dan sebaliknya. Ketika tingkat profitabilitas pada perusahaan meningkat terus-menerus dari tahun ke tahun maka dapat dikatakan bahwa kondisi perusahaan dalam keadaan baik (Kartika & Sari, 2021).



Sumber: Diolah Oleh Penulis

Gambar 1.1
Laba Bersih Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman
Periode 2019-2022

Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan menghasilkan laba, kemampuan perusahaan memperoleh laba ini menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang (Kusumadewi, 2022). Dengan demikian, laba yang diperoleh perusahaan pada periode berjalan merepresentasikan tingkat profitabilitas perusahaan periode bersangkutan. Berdasarkan sampel yang ditinjau dari perusahaan sektor makanan dan minuman (Gambar 1.1) laba bersih yang diperoleh selama periode 2019-2022 menunjukkan tren yang bervariasi. PT Sariguna Prima

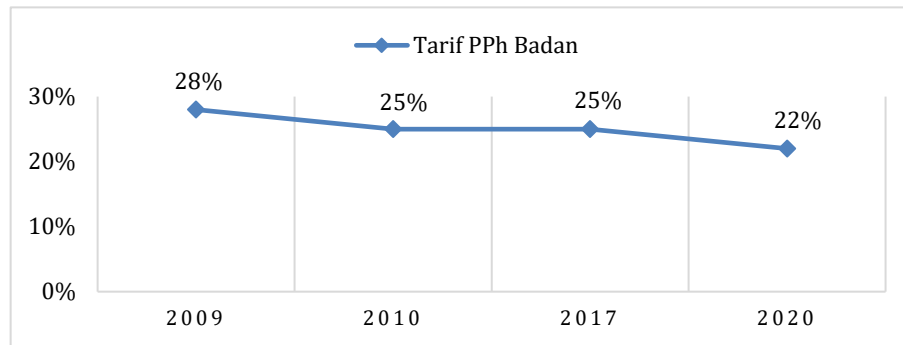
Tirta Tbk (CLEO) memperoleh laba bersih Rp 130.756.461.708 pada tahun 2019 dan cenderung meningkat hingga menjadi Rp 195.598.848.689. Sementara itu, PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) memperoleh laba bersih Rp 103.723.133.972 pada tahun 2019 dan cenderung menurun hingga menjadi Rp 90.572.477. PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) dan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) menunjukkan tren laba bersih yang menurun pada tahun 2020 menjadi Rp 44.045.828.313 (CEKA) dan Rp 181.812.593.992 (CEKA), lalu mengalami kenaikan hingga menjadi Rp 121.257.336.904 (CAMP) dan Rp 220.704.543.072 (CEKA). Adapun PT Sekar Laut Tbk (SKLT) mengalami dua kali penurunan laba bersih yaitu pada tahun 2020 menjadi Rp 42.520.246.722 dan tahun 2022 menjadi Rp 74.865.302.076. Data ini menggambarkan performa keuangan yang berbeda-beda akibat faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi kinerja tiap perusahaan untuk menghasilkan laba.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan yang salah satunya dapat ditinjau dalam perspektif internal perusahaan itu sendiri seperti pajak, pertumbuhan penjualan, tingkat utang dan sebagainya (Ihsan (2022) ; Karlina et al., (2023) ; Nasir, (2020). Perspektif tersebut masih relevan untuk dibahas dalam penelitian ini menimbang kenyataan bahwa tujuan dari dibentuknya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba atau profit agar dapat bertahan dalam menghadapi dinamika bisnis. Atas penjelasan tersebut penulis menjadikannya sebagai fenomena yang akan diangkat dan dibahas secara komprehensif dengan beberapa faktor yang perlu dianalisis dan diprediksi

memengaruhi profitabilitas perusahaan sektor makanan dan minuman yang meliputi pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage*.

Faktor pertama yaitu pajak yang merupakan instrumen utama dalam kebijakan fiskal yang memengaruhi berbagai aspek ekonomi, termasuk kinerja keuangan perusahaan. Pajak bagi pemerintah merupakan sumber pendapatan negara, sedangkan bagi perusahaan yang merupakan wajib pajak menganggap bahwa pajak merupakan beban yang akan mengurangi laba bersih perusahaan (Andriani & Ridlo F, 2019). Sementara itu Sholihati & Kiswara (2024) menyebutkan bahwa pajak juga dianggap sebagai distribusi laba karena dapat memengaruhi tingkat pengembalian atas investasi perusahaan. Namun, secara ekonomi pajak tetap menjadi faktor yang mengurangi laba perusahaan secara langsung. Sehingga besarnya beban pajak yang ditanggung akan memengaruhi perolehan laba perusahaan (profitabilitas).

Dari data Kementerian Keuangan, disebutkan bahwa Indonesia mengalami kontraksi ekonomi sebesar -2,07% pada tahun 2020 yang menandakan terjadinya penurunan terhadap pertumbuhan perekonomian (Dewi & Rohman, 2023). Sehingga untuk mengatasi hal tersebut pemerintah Indonesia melakukan reformasi perpajakan dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.



Sumber: Diolah oleh penulis

Gambar 1.2
Perubahan Tarif Pajak Penghasilan Badan di Indonesia

Modernisasi perpajakan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak merupakan wujud dari reformasi perpajakan yang telah dilakukan sejak tahun 1983. Sebagai penyambung estafet reformasi pajak selanjutnya pada tahun 2021 pemerintah mengesahkan UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (Media Keuangan, 2024). Reformasi perpajakan terkait dengan tarif pajak penghasilan badan dalam periode 2009-2020 telah mengalami 3 kali penurunan tarif pajak (Gambar 1.1). Sebelumnya, tarif umum pajak penghasilan badan sebesar 28% dari penghasilan kena pajak, yang kemudian diturunkan menjadi 25% mulai 2010 (Pasal 17 ayat (2) UU PPh No. 38/2008). Lalu pada tahun 2020 menjadi 22% berdasarkan Perpu Nomor 1 Tahun 2020 yang kemudian diperbarui menjadi UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.

Alasan utama pemerintah menurunkan tarif PPh badan adalah karena tarif sebesar 25% dianggap kurang kompetitif, tarif baru PPh badan sebesar 22% menjadikan tarif PPh Badan Indonesia berada dibawah rata-rata dunia (23,64%) serta untuk menjaga likuiditas dan daya beli masyarakat sehingga konsumsi rumah

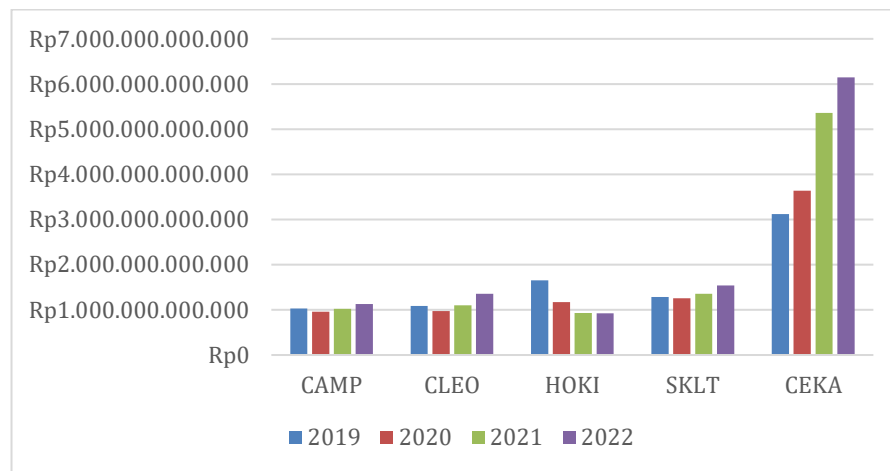
tangga dan investasi pertumbuhannya bisa tetap terjaga (Agustina & Hartono, 2022). Selain itu, dengan adanya penurunan tarif pajak maka perusahaan mendapat tambahan *disposable income* sehingga dapat dimanfaatkan sebagai modal perluasan usaha, investasi, perbaikan promosi maupun distribusi ataupun kegiatan-kegiatan lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat (Solikhah et al., 2016).

Adapun indikator untuk mengukur pajak penghasilan badan pada penelitian ini akan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Dengan ETR perusahaan dapat mengetahui berapa pajak terutang yang sebenarnya apakah lebih rendah atau lebih tinggi dari tarif pajak yang telah ditetapkan (Maulana et al., 2024). Wulansari (2020) menjelaskan bahwa semakin rendah nilai ETR maka semakin baik kinerja suatu perusahaan dalam mengelola efektivitas pajaknya. Selain itu, dengan menghitung ETR perusahaan dapat mengevaluasi bagaimana beban pajak memengaruhi laba bersih. Hal ini tentunya penting untuk investor dan pemangku kepentingan lainnya yang ingin memahami dampak perpajakan terhadap profitabilitas perusahaan. Didukung dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa pajak penghasilan badan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yaitu penelitian oleh Harelimana & Nahimana (2021). Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya pajak penghasilan badan maka nilai ROA cenderung naik. Sedangkan menurut Bylo & Gürbüz (2023) menunjukan PPh badan berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas (ROA).

Faktor selanjutnya yang memengaruhi profitabilitas adalah *sales growth* atau pertumbuhan penjualan. *Sales growth* merupakan ukuran mengenai kondisi

kestabilan keuangan suatu perusahaan. *Sales growth* menggambarkan besar kecilnya suatu kinerja perusahaan sehingga semakin besar stabilitas penjualan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan akan berdampak positif bagi keberlangsungan hidup perusahaan (Kusumadewi, 2022). Pertumbuhan penjualan juga mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari waktu ke waktu, semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil dalam menjalankan strateginya (Widhi & Suarmanayasa, 2021).

Adapun hubungan *sales growth* dengan profitabilitas yaitu ketika pertumbuhan penjualan semakin meningkat maka profitabilitas juga akan ikut meningkat, sebaliknya ketika pertumbuhan penjualan menurun maka profitabilitas suatu perusahaan juga akan menurun (Kartika & Sari, 2021). Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Maka perusahaan dapat menentukan langkah yang akan diambil untuk mengantisipasi kemungkinan naik atau turunnya penjualan pada tahun yang akan datang. Bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah sedangkan di sisi lain, jika perusahaan tahu dengan pasti permintaan penjualannya di masa mendatang, hasil dari tagihan piutangnya, serta jadwal produknya, perusahaan akan dapat mengatur jadwal jatuh tempo utangnya agar sesuai dengan arus kas bersih di masa mendatang (Vidyasari et al., 2021).



Sumber: Diolah Oleh Penulis

Gambar 1.3
Total Penjualan Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman
Periode 2019-2022

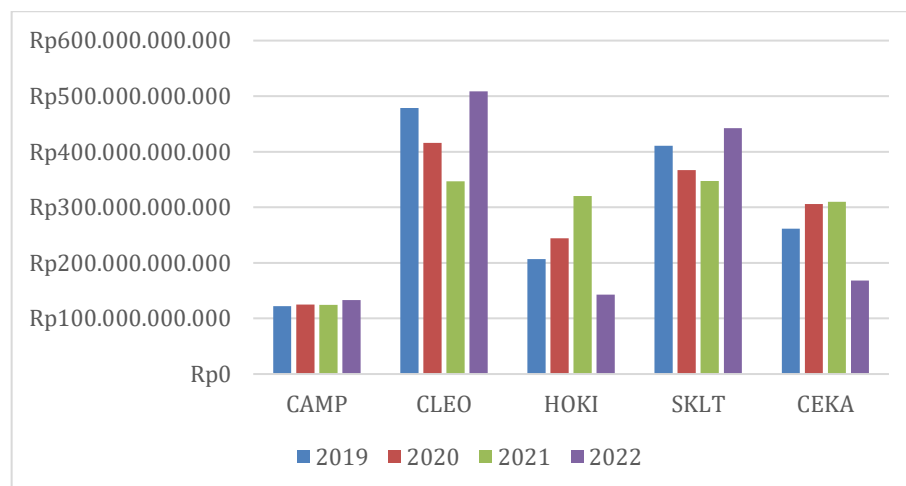
Untuk mengukur tingkat *sales growth* yaitu dengan penjualan periode berjalan dikurangi penjualan periode lalu kemudian dibagi dengan penjualan periode lalu (Kartika & Sari, 2021). Dengan demikian, penjualan yang diperoleh perusahaan pada periode berjalan merepresentasikan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan. Berdasarkan sampel yang ditinjau dari perusahaan sektor makanan dan minuman (Gambar 1.3) bahwa PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP), PT Sariguna Prima Tirta Tbk (CLEO) & PT Sekar Laut Tbk (SKLT) sama-sama mengalami penurunan penjualan pada tahun 2020 dan kenaikan penjualan pada tahun 2021-2022, dengan keseluruhan total penjualan kurang dari 2 triliun untuk setiap tahunnya. Adapun PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) menunjukkan tren penjualan yang meningkat secara konsisten, tahun 2019 dengan total penjualan Rp 3.120.937.098.980 menjadi Rp 6.143.759.424.928 pada tahun 2022. Sedangkan PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) menunjukkan tren penjualan yang menurun, tahun 2019 dengan total penjualan Rp 1.653.031.823.505

menjadi Rp 925.708.985.640. Data ini menggambarkan performa keuangan yang berbeda-beda akibat faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi kinerja tiap perusahaan untuk menjual produknya. Pengaruh yang diberikan oleh *sales growth* terhadap profitabilitas didukung oleh penelitian sebelumnya yang mengemukakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap profitabilitas yakni penelitian yang dilakukan oleh Karlina et al., (2023); Kartika & Sari (2021) dan Nainggolan et al., (2022). Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sedangkan menurut Nasir (2020) *sales growth* menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, dikarenakan pertumbuhan penjualan tidak dapat menutupi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dalam mencapai tujuan untuk memperoleh laba, perusahaan seringkali menggunakan utang agar dapat membiayai kebutuhan operasionalnya. *Leverage* adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi profitabilitas karena *leverage* dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan modal perusahaan dalam rangka meningkatkan keuntungan (Widhi & Suarmanayasa, 2021). Perusahaan yang memilih utang sebagai sumber pendanaan pada kegiatan operasinonal perusahaan akan memiliki risiko finansil (Afrianti & Purwaningsih, 2022). Selain itu, jika suatu perusahaan mengandalkan utang lebih banyak daripada modal sendiri, *leverage* akan meningkat karena beban bunga yang harus ditanggung juga akan meningkat, yang pada gilirannya dapat menurunkan profitabilitas perusahaan (Subramanyam, 2017:112). Semakin rendah *leverage* suatu perusahaan menyebabkan profitabilitas perusahaan tersebut semakin tinggi, karena beban bunga yang ditanggung oleh

perusahaan tidak terlalu besar, hal ini menandakan kondisi keuangan perusahaan yang baik sehingga akan menarik kepercayaan investor untuk menanamkan investasinya di perusahaan (Karlina et al., 2023).

Untuk mengukur tingkat *leverage* dalam penelitian ini akan menggunakan *Debt to Equity ratio* (DER). DER menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali hutangnya (Kusnanto & Gulo, 2022). Dengan kata lain DER berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam dengan pemilik perusahaan, dan rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut (Ramadhani & Kuswantoro, 2018).



Sumber: Diolah Oleh Penulis

Gambar 1.4
Total Liabilitas Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman
Periode 2019-2022

Berdasarkan sampel yang ditinjau dari perusahaan sektor makanan dan minuman (Gambar 1.4) total liabilitas (utang) selama periode 2019-2022 menunjukkan tren yang bervariasi. PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) mengalami kenaikan utang pada tahun 2020 dan tahun 2022 Rp 133.323.429.397. PT Sariguna Prima Tirta Tbk (CLEO) dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) sama-sama mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 dan mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2022 menjadi Rp 508.372.748.127 (CLEO) & Rp 442.535.947.408 (SKLT). Adapun PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) dan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) sama-sama mengalami kenaikan utang pada tahun 2020-2021 dan mengalami penurunan signifikan pada tahun 2022 menjadi Rp 142.744.113.133 (HOKI) & Rp 168.244.583.827 (CEKA). Hubungan *leverage* dengan profitabilitas yaitu jika perusahaan dapat mengelola utang untuk meningkatkan modal dengan baik maka profitabilitas yang didapatkan juga akan meningkat, sebaliknya jika perusahaan tidak mampu memanfaatkan utang dengan baik maka profitabilitasnya akan menurun (Kartika & Sari, 2021).

Didukung dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas yaitu penelitian oleh Nainggolan et al., (2022); Hermanto & Dewinta (2023); Nuraini & Suwaidi (2022) dan Nasir (2020). Perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi, akan menggunakan utang yang relatif sedikit karena perusahaan akan cenderung menggunakan dana internalnya. Sedangkan menurut Pusaka & Takarini (2023) *leverage* menunjukkan pengaruh positif terhadap profitabilitas, hal ini terjadi

karena adanya kebijakan penggunaan utang untuk pendanaan kurang tepat dan terarah yang menyebabkan DER berfluktuasi dan juga profitabilitas menurun.

Mengaitkan penelitian terdahulu dengan konteks penelitian ini dalam sektor makanan dan minuman, profitabilitas muncul sebagai indikator penting, baik dari perspektif operasional sehari-hari maupun dalam hal merespons perubahan kondisi ekonomi global. Penelitian ini berbeda dari studi sebelumnya dengan fokusnya pada pemetaan pengaruh pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage* terhadap profitabilitas perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermaksud mengisi kesenjangan literatur yang ada tetapi juga mengonseptualisasikan bagaimana perusahaan sektor makanan dan minuman menavigasi perubahan kebijakan fiskal seiring dengan dinamisnya lingkungan ekonomi saat ini. Maka dari itu, atas kehadiran *research gap* di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak Penghasilan Badan, *Sales Growth* dan *Leverage* terhadap Profitabilitas (Survei pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat identifikasi masalah dalam ruang lingkup penelitian ini yang dimuat pada pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pajak penghasilan badan, *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
2. Bagaimana pengaruh pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage* secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?
3. Bagaimana pengaruh pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage* secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pajak penghasilan badan, *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022;
2. Untuk mengetahui pengaruh pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage* secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022;
3. Untuk mengetahui pengaruh pajak penghasilan badan, *sales growth* dan *leverage* secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

1. Terhadap Pengetahuan Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan akademis dalam bidang keuangan. Dengan melakukan analisis terhadap kinerja keuangan yang dipengaruhi dinamika kebijakan perpajakan, penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada dalam konteks kebijakan fiskal dan kesehatan finansial di sektor bisnis terutama perusahaan makanan dan minuman Indonesia. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan ajar atau studi kasus dalam pendidikan ekonomi, manajemen maupun akuntansi, sehingga memperluas wawasan akademis terkait hubungan antara kebijakan pajak dan keputusan finansial perusahaan dalam menghadapi dinamika ekonomi global sehingga dapat mencapai target keuntungan sesuai tujuan yang diharapkan.

2. Pengembangan Teori

Temuan dari penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan teori-teori dengan memberikan bukti empiris yang berkaitan dengan hubungan kebijakan fiskal serta isu krisis ekonomi global terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut dalam memahami dinamika kebijakan fiskal, dinamika ekonomi global dan finansial perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Pemahaman terhadap Pengaruh Pajak Penghasilan Badan, *Sales Growth*, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis kepada perusahaan terhadap dampak langsung maupun tidak langsung dari kebijakan fiskal serta isu ekonomi global terhadap finansial perusahaan. Informasi ini dapat membantu manajemen dalam menyusun strategi keuangan yang lebih efektif dan efisien, seperti optimalisasi pengeluaran, pengambilan keputusan investasi serta pembiayaan yang tepat.

2. Pengembangan Kebijakan

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan penting bagi pemerintah atau pembuat regulator pajak dalam mengevaluasi dampak kebijakan perpajakan terhadap sektor bisnis. Regulator dapat menggunakan hasil temuan penelitian sebagai dasar pertimbangan dalam menyesuaikan tarif pajak yang optimal guna mendorong pertumbuhan ekonomi tanpa mengganggu stabilitas finansial perusahaan.

3. Pengambilan Keputusan Investasi

Bagi investor, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk menilai dampak perubahan kebijakan pajak serta dinamika ekonomi global terhadap prospek dan risiko investasi di perusahaan sektor makanan dan minuman, sehingga dapat membuat keputusan investasi yang tepat.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2019-2022.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dari bulan September 2024 sampai dengan bulan Juni 2025, seperti pada lampiran 4.