Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce
Volume. 5, Nomor. 3, September 2026
E-ISSN : 2962-0821 ; P-ISSN : 2964-5298; Hal. 620-636
DOI: https://doi.org/10.30640/digital.v5i3.7906
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital

Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Profitabilitas

(Studi Empiris pada Perusahaan Ritel Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024)

Yunisa Anggraini[1*], Arda Raditya Tantra[2]
[1-2]Program Studi D4 Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora
Universitas Ngudi Waluyo, Ungaran, Indonesia
[*]*Penulis korespondensi: yunisa.ngr@gmail.com*

Abstract. *This study aims to analyze and empirically test the influence of tax planning, sales growth, company size, and leverage on the profitability of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021 to 2024. The profitability variable was proxied using Return on Assets (ROA), while tax planning was measured using the Effective Tax Rate (ETR), and leverage was calculated using the Debt to Asset Ratio (DAR). The causal quantitative approach was applied using secondary data in the form of annual financial statements collected through purposive sampling techniques. After the elimination of outsource data, 95 observations were obtained from 27 sample companies. Multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26 was used as the main analysis tool. The test results showed that tax planning had a negative and significant effect on profitability; company size had a positive and significant effect; Meanwhile, leverage has a negative and significant effect as the dominant variable. Sales growth has not been shown to have a significant effect on profitability. Simultaneously, the four independent variables have a significant effect on ROA with an Adjusted R² value of 34.2%. These findings emphasize the relevance of signal theory and agency theory in the context of the financial performance of Indonesian retail companies.*

Keywords: *Company Size; Profitability; Retail Companies; Sales Growth; Tax Planning.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap profitabilitas perusahaan ritel yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2024. Variabel profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA), sedangkan perencanaan pajak diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR), dan *leverage* dihitung menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR). Pendekatan kuantitatif kausal diterapkan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang dikumpulkan melalui teknik *purposive sampling*. Setelah eliminasi data pencilan, diperoleh 95 observasi dari 27 perusahaan sampel. Analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26 digunakan sebagai alat analisis utama. Hasil pengujian menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas; ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan; sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan sebagai variabel dominan. Pertumbuhan penjualan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan, keempat variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap ROA dengan nilai Adjusted R² sebesar 34,2%. Temuan ini mempertegas relevansi teori sinyal dan teori keagenan dalam konteks kinerja keuangan perusahaan ritel Indonesia.

Kata kunci: Perencanaan Pajak; Pertumbuhan Penjualan; Perusahaan Ritel; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Dalam lanskap perekonomian modern, profitabilitas merupakan salah satu indikator fundamental yang mencerminkan kapasitas suatu entitas bisnis dalam menciptakan nilai ekonomi secara berkelanjutan. Menurut Kasmir (2019), kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari setiap sumber daya yang dikelola menjadi tolok ukur utama keberhasilan manajemen dalam menjalankan aktivitas operasional secara efisien. Urgensi profitabilitas kian menonjol pada sektor perdagangan eceran (ritel), mengingat karakteristik industri ini yang dicirikan oleh margin keuntungan tipis, tingkat persaingan yang intens, serta

Naskah Masuk: 21 Juni 2026; Revisi: 24 Juli 2026; Diterima: 28 Agustus 2026; Terbit: 04 September 2026

volatilitas permintaan konsumen yang sangat responsif terhadap dinamika kondisi makroekonomi.

Sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menghadapi tantangan struktural yang semakin kompleks, terutama memasuki periode 2021 hingga 2024 yang merupakan fase transisi pemulihan ekonomi pasca-pandemi COVID-19. Data empiris menunjukkan bahwa rata-rata Return on Assets (ROA) perusahaan ritel selama periode tersebut berfluktuasi dalam kisaran yang relatif sempit, yakni antara 1,5% hingga 1,8%, menandakan stagnansi kinerja keuangan meskipun terjadi berbagai perubahan dalam kondisi operasional. Fenomena ini mendorong kebutuhan analisis yang lebih mendalam mengenai determinan-determinan yang secara sistematis memengaruhi profitabilitas di sektor ini.

Beban pajak merupakan salah satu komponen pengeluaran yang secara langsung mereduksi laba bersih perusahaan. Efektivitas perencanaan pajak *(tax planning)* yang diproksikan melalui *Effective Tax Rate (ETR)* menjadi variabel yang relevan untuk dikaji, mengingat bahwa ETR yang semakin rendah mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengoptimalkan kewajiban perpajakan secara legal guna mempertahankan laba bersih yang lebih besar (Kusumanegara, Syafitri & Armereo, 2023). Temuan Nurrosidah dan Halimatusadiah (2022) pada perusahaan barang konsumsi membuktikan bahwa strategi perpajakan yang efektif berkontribusi positif terhadap nilai dan kinerja perusahaan.

Di sisi lain, pertumbuhan penjualan *(sales growth)* secara teoritis diasosiasikan dengan ekspansi kapasitas produktif perusahaan dan peningkatan pangsa pasar. Namun, dalam konteks industri ritel yang sangat kompetitif, pertumbuhan volume penjualan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan profitabilitas jika tidak diimbangi dengan efisiensi biaya operasional yang memadai (Chaidir, 2020). Putri dan Yuliafitri (2024) menemukan bahwa hubungan antara pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik industri yang diteliti.

Kapasitas operasional dan akses perusahaan terhadap berbagai sumber daya strategis sangat ditentukan oleh skala atau ukuran perusahaan itu sendiri. Entitas bisnis berskala lebih besar umumnya memiliki keunggulan dalam memanfaatkan *economies of scale*, memperoleh pembiayaan dengan biaya yang lebih rendah, serta menerapkan strategi perpajakan yang lebih sophisticated (Afifah & Hasymi, 2020). Tumanggor (2017) mengkonfirmasi bahwa skala perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangannya, meskipun arah pengaruh tersebut dapat bervariasi tergantung pada konteks industri yang diteliti.

Struktur permodalan perusahaan, khususnya tingkat *leverage*, juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan dalam analisis profitabilitas. Penggunaan utang yang proporsional dapat

memberikan manfaat berupa perlindungan pajak *(tax shield)* melalui pengurangan beban bunga dari penghasilan kena pajak. Namun, leverage yang melampaui titik optimal akan mengakibatkan beban finansial yang berlebih, menekan laba bersih secara signifikan, dan meningkatkan risiko kesulitan keuangan (Chaidir, 2020; Afifah & Hasymi, 2020).

Terdapat kesenjangan penelitian *(research gap)* yang signifikan dalam literatur yang ada. Mayoritas kajian terdahulu berfokus pada pengaruh profitabilitas terhadap keputusan perpajakan (Afifah & Hasymi, 2020; Putri & Yuliafitri, 2024; Chaidir, 2020), sedangkan studi yang menjadikan profitabilitas sebagai variabel dependen dengan perencanaan pajak sebagai prediktor utama, khususnya pada sektor ritel BEI, masih sangat terbatas. Di samping itu, inkonsistensi temuan antar penelitian terdahulu mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap profitabilitas (Kusumanegara et al., 2023; Tumanggor, 2017; Siregar & Dewi, 2022) memperkuat urgensi penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:(1) menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap profitabilitas; (2) menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas;(3) menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas;(4) menganalisis pengaruh leverage terhadap profitabilitas; serta (5) menganalisis pengaruh simultan keempat variabel tersebut terhadap profitabilitas perusahaan ritel yang terdaftar di BEI periode 2021–2024. Periode penelitian ini dipilih secara strategis karena mencakup fase pemulihan ekonomi pasca-pandemi yang ditandai oleh dinamika keuangan yang sangat kompleks dan informatif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teoretis

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Signaling theory pertama kali dirumuskan oleh Spence (1973) dan selanjutnya diadaptasi dalam konteks keuangan perusahaan untuk menjelaskan mekanisme yang digunakan manajemen sebagai pihak dengan akses informasi lebih lengkap dalam mengomunikasikan kondisi dan proyeksi kinerja perusahaan kepada pihak eksternal, terutama para investor. Dalam perspektif ini, setiap elemen laporan keuangan berfungsi sebagai wahana penyampaian sinyal mengenai kualitas tata kelola dan strategi bisnis yang dijalankan. Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) mengonseptualisasikan teori sinyal sebagai serangkaian tindakan manajerial yang ditujukan untuk memberikan panduan bagi pemangku kepentingan dalam mengevaluasi prospek perusahaan secara lebih akurat.

Relevansi teori sinyal dalam konteks penelitian ini sangat substansial. ETR yang rendah sebagai indikator perencanaan pajak yang berhasil memancarkan sinyal positif bahwa manajemen mampu mengoptimalkan sumber daya finansial. Pertumbuhan penjualan yang konsisten memberikan sinyal kapabilitas perusahaan dalam memperluas pangsa pasar. Sementara itu, ukuran perusahaan dan tingkat *leverage* secara bersama-sama merefleksikan kapasitas pendanaan serta kredibilitas perusahaan di hadapan investor (Siregar & Dewi, 2022). Dengan demikian, keempat variabel ini berfungsi sebagai sinyal informasional yang digunakan investor dalam menilai profitabilitas masa depan perusahaan ritel.

Teori Keagenan (Agency Theory)

Jensen dan Meckling (1976) memformulasikan teori keagenan untuk menjelaskan hubungan kontraktual yang terjalin antara agen *(manajemen)* dan *prinsipal* (pemegang saham). Potensi konflik kepentingan dalam hubungan ini bersumber dari divergensi tujuan dan asimetri informasi, di mana manajemen selaku agen memiliki akses informasi yang jauh lebih komprehensif dibandingkan pemegang saham. Afifah dan Hasymi (2020) menjelaskan bahwa asimetri informasi antara perusahaan sebagai subjek pajak dan pemerintah sebagai otoritas pemungut pajak mendorong perusahaan untuk secara aktif menerapkan manajemen pajak guna meminimalkan beban kewajiban perpajakan.

Dalam konteks penelitian ini, teori keagenan meletakkan fondasi konseptual mengapa manajemen terdorong untuk mengoptimalkan perencanaan pajak, mengelola pertumbuhan penjualan secara efisien, menentukan skala operasional yang tepat, serta menetapkan kebijakan leverage yang bersifat prudent guna memaksimalkan profitabilitas bagi pemegang saham. Setiap keputusan keuangan yang diambil manajemen termasuk kebijakan perpajakan dan strukturisasi modal seyogyanya diorientasikan untuk meningkatkan laba bersih yang dapat dipertanggungjawabkan kepada pemegang saham (Nurrosidah & Halimatusadiah, 2022).

Definisi dan Konsep Variabel

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kapasitas suatu entitas bisnis dalam menghasilkan surplus ekonomi dari kegiatan operasionalnya selama suatu periode tertentu. Semakin tinggi perolehan laba, semakin kuat pula posisi perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan (Kusumanegara, Syafitri & Armereo, 2023). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), yakni rasio yang mencerminkan efisiensi pemanfaatan keseluruhan aset dalam menghasilkan laba bersih setelah pajak. ROA dipilih karena kemampuannya dalam mengukur kinerja manajemen secara komprehensif tanpa

mempertimbangkan sumber pendanaan aset tersebut (Putri & Yuliafitri, 2024). Formula pengukurannya adalah: ROA = Laba Bersih Setelah Pajak / Total Aset × 100%.

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan serangkaian upaya sistematis dan terstruktur yang dilakukan manajemen perusahaan untuk menekan beban kewajiban perpajakan dengan memanfaatkan ketentuan, fasilitas, dan celah yang tersedia dalam peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku secara legal dan etis (Pohan, 2018 dalam Kusumanegara et al., 2023). Roni dan Nadhifah (2022) menegaskan bahwa tujuan utama dari strategi ini adalah mengoptimalkan efisiensi penggunaan sumber daya keuangan sekaligus meminimalkan pemborosan akibat beban pajak yang tidak terencana. Variabel ini dioperasionalisasikan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) dengan formula: ETR = Total Beban Pajak / Laba Sebelum Pajak.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan *(sales growth)* merupakan indikator yang mengkuantifikasi besaran peningkatan pendapatan operasional perusahaan dari suatu periode ke periode berikutnya. Chaidir (2020) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan tidak hanya mencerminkan akselerasi pendapatan, tetapi juga menjadi tolok ukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan daya saingnya di tengah tekanan kompetitif pasar. Ekspansi penjualan yang signifikan berpotensi mendorong peningkatan laba operasional, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya yang menyertai pertumbuhan tersebut. Formula pengukurannya adalah:

Sales Growth = (Penjualan$_{t}$ − Penjualan$_{t-1}$) / Penjualan$_{t-1}$.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (firm size) merupakan atribut skalar yang merepresentasikan kapasitas dan skala operasional suatu entitas bisnis, umumnya diukur berdasarkan total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar (Afifah & Hasymi, 2020). Perusahaan berskala besar lazimnya memiliki keunggulan komparatif dalam hal akses terhadap sumber daya modal, teknologi manajemen yang lebih canggih, serta jaringan bisnis yang lebih luas, sehingga berpotensi mencapai efisiensi operasional melalui economies of scale yang lebih optimal. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksikan melalui logaritma natural total aset: SIZE = Ln (Total Aset).

Leverage

Leverage merupakan rasio yang mengkuantifikasi proporsi pendanaan perusahaan yang bersumber dari utang relatif terhadap ekuitas yang dimilikinya. Afifah dan Hasymi (2020)

mendefinisikan *leverage* sebagai ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang dilihat dari proporsi ekuitas yang tersedia. Tingkat *leverage* yang tinggi mengindikasikan ketergantungan yang besar terhadap pendanaan eksternal, yang di satu sisi memberikan manfaat perlindungan pajak, namun di sisi lain meningkatkan eksposur risiko keuangan perusahaan. Variabel ini diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR): DAR = Total Utang / Total Aset.

Penelitian Terdahulu

Beberapa studi terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dirangkum sebagai berikut. Afifah dan Hasymi (2020) meneliti determinan manajemen pajak pada 48 perusahaan manufaktur BEI periode 2011–2017 dan menemukan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh negatif terhadap tarif pajak efektif, sedangkan intensitas aset tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Putri dan Yuliafitri (2024) mengkaji 45 perusahaan pertambangan BEI periode 2020–2023 dan membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan, leverage berpengaruh positif signifikan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) meneliti 14 perusahaan makanan dan minuman di BEI dan menemukan bahwa perencanaan pajak dan profitabilitas secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nurrosidah dan Halimatusadiah (2022) membuktikan bahwa perencanaan pajak berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan barang konsumsi di BEI periode 2018–2020. Roni dan Nadhifah (2022) pada perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) menemukan bahwa perencanaan pajak memiliki peran strategis dalam manajemen laba perusahaan. Siregar dan Dewi (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan barang konsumsi BEI, sementara perencanaan pajak dan pertumbuhan tidak berpengaruh signifikan.

Chaidir (2020) menemukan bahwa DAR berpengaruh positif signifikan dan sales growth berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen pajak, sedangkan ROA tidak berpengaruh. Tumanggor (2017) membuktikan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan berpengaruh signifikan. Prihatiningsih (2019) menemukan bahwa beban pajak tangguhan dan perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur BEI. Nugroho dan Meiranto (2022) membuktikan bahwa firm size dan leverage berpengaruh positif terhadap profitabilitas sektor perdagangan eceran. Wahyudi dan Prasetyanto (2022) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memoderasi hubungan antara firm size dan leverage terhadap profitabilitas.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan teori sinyal, teori keagenan, dan kajian empiris terdahulu, penelitian ini membangun kerangka analitis yang menempatkan perencanaan pajak (X1), pertumbuhan penjualan (X2), ukuran perusahaan (X3), dan leverage (X4) sebagai prediktor yang secara parsial maupun simultan memengaruhi profitabilitas (Y) yang diukur dengan ROA. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel di BEI.

H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel di BEI.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel di BEI.

H4: Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel di BEI.

H5: Perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel di BEI.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal, yakni pendekatan ilmiah yang bertumpu pada paradigma positivisme untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen secara sistematis dan terukur (Kasmir, 2019). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur besaran serta signifikansi pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap profitabilitas perusahaan ritel.

Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan dalam subsektor perdagangan eceran yang terdaftar secara konsisten di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2021 hingga 2024. Pemilihan sektor ritel didasarkan pada karakteristik uniknya yang mencakup margin keuntungan tipis, volume transaksi tinggi, serta sensitivitas kinerja yang tinggi terhadap fluktuasi kondisi ekonomi makro (Chaidir, 2020). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria seleksi yang meliputi: (1) terdaftar konsisten di BEI selama periode 2021–2024; (2) mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang lengkap dan dapat diakses;(3) menyajikan laporan keuangan dalam denominasi Rupiah (IDR); (4) tidak mengalami kerugian bersih selama periode pengamatan; dan (5) memiliki kelengkapan data untuk seluruh variabel penelitian. Penerapan kriteria-kriteria tersebut menghasilkan 27 perusahaan sampel dengan total 108 observasi awal. Setelah proses eliminasi data pencilan (outlier) sebanyak 13 observasi, diperoleh 95 observasi bersih yang digunakan dalam analisis.

Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang bersumber dari website resmi BEI (www.idx.co.id) dan situs resmi masing-masing perusahaan sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelaah dan mencatat informasi yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian dari dokumen resmi yang telah dipublikasikan (Prihatiningsih, 2019). Data yang terkumpul mencakup laba bersih setelah pajak, total aset, beban pajak, laba sebelum pajak, total penjualan, dan total utang dari masing-masing perusahaan sampel. Keseluruhan data kemudian ditabulasi menggunakan Microsoft Excel dan dianalisis menggunakan perangkat lunak Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 26.

Analisis data dilakukan secara bertahap, meliputi: (1) analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik umum data; (2) uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson); serta (3) analisis regresi linier berganda dengan model persamaan

$ROA = \alpha + \beta_1 ETR + \beta_2 Growth + \beta_3 Size + \beta_4 DAR + \varepsilon$. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien determinasi (Adjusted R^2), uji signifikansi simultan (Uji F), dan uji signifikansi parsial (Uji t) pada tingkat signifikansi $\alpha = 0{,}05$ (Kasmir, 2019; Siregar & Dewi, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS terhadap 95 observasi, diperoleh gambaran statistik deskriptif variabel penelitian sebagaimana tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
ETR (X_1)	95	0,0000	2,5600	0,2293	0,27681
Growth (X_2)	95	-0,9900	5,4400	0,1286	0,79354
Size (X_3)	95	15,36	31,51	24,6221	4,73819
Leverage (X_4)	95	0,09	1,04	0,5053	0,22784
ROA (Y)	95	0,0000	0,1800	0,0207	0,02219

Sumber: Output SPSS.

Variabel perencanaan pajak (ETR) memiliki nilai rata-rata 0,2293 atau sekitar 22,93%, berada di bawah tarif pajak badan yang ditetapkan sebesar 22%, mengindikasikan bahwa secara umum perusahaan ritel telah berhasil menerapkan strategi perpajakan yang cukup efisien. Hal

ini konsisten dengan pandangan Afifah dan Hasymi (2020) bahwa entitas bisnis dengan profitabilitas memadai cenderung memiliki ETR lebih rendah melalui optimalisasi fasilitas perpajakan yang tersedia.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan rata-rata 12,86% dengan standar deviasi 0,79354 yang jauh melampaui nilai rata-ratanya, mencerminkan tingkat heterogenitas yang sangat tinggi antarperusahaan dan antar tahun pengamatan. Rentang antara nilai minimum -0,99 dan maksimum 5,44 mengkonfirmasi volatilitas yang ekstrem dalam dinamika penjualan perusahaan ritel pasca-pandemi, sebagaimana diidentifikasi oleh Chaidir (2020) sebagai cerminan kompleksitas persaingan pasar yang berlangsung.

Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total aset mencatatkan rata-rata 24,6221 dengan standar deviasi 4,73819. Rentang nilai yang lebar antara 15,36 dan 31,51 menunjukkan keberagaman skala yang signifikan dalam sampel, mulai dari perusahaan ritel berskala kecil hingga korporasi besar. Rata-rata leverage (DAR) sebesar 0,5053 mengindikasikan bahwa lebih dari separuh aset perusahaan ritel sampel didanai oleh utang, menunjukkan ketergantungan yang cukup substansial terhadap pendanaan eksternal (Afifah & Hasymi, 2020).

Variabel dependen profitabilitas (ROA) mencatatkan rata-rata 2,07% dengan standar deviasi 0,02219. Nilai ROA yang relatif rendah ini konsisten dengan karakteristik struktural industri ritel yang beroperasi dengan margin keuntungan tipis. Kasmir (2019) menegaskan bahwa interpretasi rasio profitabilitas harus selalu dikontekstualisasikan dengan karakteristik industri yang diteliti, sehingga nilai ROA di kisaran 2% pada sektor ritel merupakan hal yang lazim mengingat intensitas persaingan dan tekanan margin yang berlangsung di industri ini.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,091, yang melebihi ambang batas $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, asumsi normalitas residual model regresi terpenuhi, sehingga estimasi koefisien yang dihasilkan bersifat tidak bias dan dapat diinterpretasikan secara sahih (Prihatiningsih, 2019).

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik.

Pengujian	Statistik/Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas (K-S)	Asymp. Sig. = 0,091	> 0,05	Normal
Multikolinearitas – ETR	Tolerance = 0,887; VIF = 1,127	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Bebas
Multikolinearitas – Growth	Tolerance = 0,934; VIF = 1,071	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Bebas

Pengujian	Statistik/Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Multikolinearitas – Size	Tolerance = 0,809; VIF = 1,236	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Bebas
Multikolinearitas – Leverage	Tolerance = 0,848; VIF = 1,179	Tolerance > 0,10; VIF < 10	Bebas
Heteroskedastisitas (Glejser)	Semua Sig. > 0,05	Sig. > 0,05	Bebas
Autokorelasi (Durbin-Watson)	DW = 1,891	dU < DW < 4-dU	Bebas

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance berkisar antara 0,809–0,934 (di atas 0,10) dan VIF antara 1,071–1,236 (jauh di bawah 10), membuktikan bahwa tidak terdapat korelasi berlebih antar variabel penjelas dalam model (Afifah & Hasymi, 2020). Uji Glejser untuk heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi seluruh variabel independen di atas 0,05, sehingga model terbebas dari masalah ini. Uji Durbin-Watson menghasilkan nilai DW = 1,891 yang berada dalam rentang dU (1,758) < DW < 4-dU (2,242), memastikan tidak adanya autokorelasi dalam model (Roni & Nadhifah, 2022).

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Variabel	B	Std.Error	Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	-0,024	0,016	-	-1,502	0,137
ETR (X_1)	-0,011	0,006	-0,138	-1,983	0,050*
Growth (X_2)	0,002	0,002	0,097	0,974	0,332
Size (X_3)	0,002	0,001	0,365	3,278	0,001**
Leverage (X_4)	-0,033	0,008	-0,340	-4,199	0,000**

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025).

Berdasarkan Tabel 3, persamaan regresi yang terbentuk adalah: $\hat{Y} = -0{,}024 - 0{,}011ETR + 0{,}002Growth + 0{,}002Size - 0{,}033Leverage$. Konstanta sebesar -0,024 menunjukkan nilai estimasi ROA ketika seluruh variabel independen bernilai nol. Koefisien ETR sebesar -0,011 mengindikasikan hubungan negatif antara beban pajak efektif dan profitabilitas, konsisten dengan argumentasi bahwa pajak merupakan komponen biaya yang secara langsung menggerus laba bersih. Koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,002 mencerminkan kontribusi positif skala operasional terhadap ROA. Koefisien leverage sebesar -0,033 merupakan yang terbesar secara absolut dalam model, menegaskan dominasi leverage sebagai faktor penekan profitabilitas (Afifah & Hasymi, 2020).

Koefisien Determinasi dan Uji Simultan

Tabel 4. Koefisien Determinasi dan Uji F.

Model	R	R Square	Adjusted R^2	Std.Error	F hitung	Sig. F
1	0,608	0,370	0,342	0,01801	13,426	0,000

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025).

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,342 mengindikasikan bahwa 34,2% variasi profitabilitas perusahaan ritel mampu dijelaskan secara bersama-sama oleh keempat variabel independen dalam model, sementara 65,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian ini, seperti efisiensi manajemen persediaan, kondisi makroekonomi, atau kebijakan dividen. Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) menegaskan bahwa nilai Adjusted R^2 di atas 30% sudah cukup bermakna dalam penelitian empiris bidang akuntansi keuangan mengingat kompleksitas determinan profitabilitas perusahaan.

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 13,426 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), yang secara meyakinkan melampaui F tabel sebesar 2,47 pada df1 = 4, df2 = 90. Dengan demikian, H5 diterima: perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel BEI periode 2021–2024. Temuan ini memperkuat pentingnya pendekatan multivariat dalam mengkaji determinan kinerja keuangan perusahaan (Chaidir, 2020).

4.5 Hasil Uji Parsial (Uji t) dan Pembahasan

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t).

Hipotesis	Variabel	t hitung	Sig.	Arah	Keputusan
H1	ETR → ROA	-1,983	0,050	Negatif	Diterima
H2	Growth → ROA	0,974	0,332	Positif	Ditolak
H3	Size → ROA	3,278	0,001	Positif	Diterima
H4	Leverage → ROA	-4,199	0,000	Negatif	Diterima
H5	Simultan → ROA	F = 13,426	0,000	—	Diterima

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025).

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Profitabilitas (H1 Diterima)

Variabel perencanaan pajak (ETR) menghasilkan nilai t hitung -1,983 dengan signifikansi 0,050—tepat berada pada ambang batas $\alpha = 0,05$—sehingga H1 diterima dengan arah pengaruh negatif. Temuan ini bermakna bahwa semakin tinggi ETR (yang mencerminkan beban pajak efektif yang lebih besar), profitabilitas perusahaan cenderung menurun. Secara teoritis, hasil ini sangat logis: ETR tinggi berarti proporsi laba yang diserahkan kepada negara

dalam bentuk pajak semakin besar, sehingga laba bersih yang tersisa untuk dihitung sebagai ROA menjadi semakin kecil.

Dari perspektif teori sinyal, ETR yang rendah memancarkan sinyal positif kepada investor bahwa manajemen berhasil mengoptimalkan sumber daya finansial dengan meminimalkan beban yang bersifat tidak produktif. Spence (1973) dalam konteks keuangan perusahaan menjelaskan bahwa informasi mengenai efisiensi perpajakan yang tercermin dalam laporan keuangan merupakan sinyal penting bagi pemangku kepentingan dalam menilai kualitas manajemen perusahaan. Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) membuktikan bahwa ETR berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, mengindikasikan bahwa rendahnya ETR sebagai hasil perencanaan pajak yang efektif berkontribusi positif pada profitabilitas.

Nurrosidah dan Halimatusadiah (2022) menambahkan bahwa perencanaan pajak yang efektif terbukti berdampak positif dan signifikan terhadap nilai bisnis pada perusahaan barang konsumsi BEI, karena efisiensi pajak memungkinkan perolehan laba bersih yang lebih besar. Prihatiningsih (2019) menyatakan bahwa hubungan antara strategi perpajakan dan laba perusahaan bersifat sangat erat, mengingat pajak merupakan salah satu komponen biaya yang paling langsung memengaruhi laba bersih dan rasio profitabilitas. Hasil penelitian ini konsisten pula dengan Afifah dan Hasymi (2020) yang menemukan bahwa perusahaan lebih profitabel cenderung memiliki ETR lebih rendah melalui optimalisasi fasilitas perpajakan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (H2 Ditolak)

Pertumbuhan penjualan menghasilkan nilai t hitung 0,974 dengan signifikansi 0,332, yang jauh melampaui ambang batas $\alpha = 0,05$. Meskipun arah koefisien menunjukkan nilai positif (B = 0,002), H2 ditolak karena pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Penolakan hipotesis ini dapat dijelaskan dari beberapa sudut pandang yang saling melengkapi.

Pertama, dalam industri ritel yang sangat kompetitif, peningkatan volume penjualan seringkali harus dibayar dengan strategi penurunan harga atau intensifikasi biaya promosi dan distribusi yang signifikan, sehingga margin profitabilitas tetap tipis meskipun penjualan meningkat (Chaidir, 2020). Pertumbuhan penjualan merupakan sinyal ekspansi yang positif, namun tidak otomatis diikuti peningkatan efisiensi yang memadai untuk mendorong profitabilitas secara substansial. Kedua, statistik deskriptif menunjukkan standar deviasi pertumbuhan penjualan (0,79354) yang jauh melampaui nilai rata-ratanya (0,1286), mencerminkan heterogenitas yang ekstrem dalam data. Kondisi ini menyebabkan hubungan antara pertumbuhan penjualan dan ROA menjadi tidak konsisten dan tidak terdeteksi secara statistik dalam model regresi linier (Siregar & Dewi, 2022).

Ketiga, dalam konteks pasca-pandemi (2021–2024), pertumbuhan penjualan yang terjadi pada banyak perusahaan ritel merupakan pemulihan dari titik dasar yang sangat rendah—bukan pertumbuhan organik yang sesungguhnya. Jenis pertumbuhan berbasis pemulihan ini tidak selalu diiringi efisiensi operasional yang memadai untuk mendorong peningkatan margin laba dan ROA (Putri & Yuliafitri, 2024). Perusahaan ritel justru menghadapi tekanan biaya operasional yang signifikan akibat inflasi dan kenaikan biaya logistik selama periode ini.

Temuan ini selaras dengan beberapa studi terdahulu. Putri dan Yuliafitri (2024) mendapati bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan pada perusahaan pertambangan BEI. Siregar dan Dewi (2022) menemukan bahwa pertumbuhan bisnis tidak berdampak pada nilai perusahaan konsumsi, mempertegas bahwa pertumbuhan penjualan semata tidak cukup menjamin perbaikan kinerja keuangan tanpa efisiensi biaya yang memadai. Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) menyimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan ritel lebih banyak dipengaruhi oleh efisiensi pengelolaan aset dan struktur biaya daripada volume penjualan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (H3 Diterima)

Ukuran perusahaan menghasilkan nilai t hitung 3,278 dengan signifikansi 0,001, yang jauh lebih kecil dari $\alpha = 0{,}05$ maupun $\alpha = 0{,}01$, sehingga H3 diterima. Perusahaan yang lebih besar terbukti memiliki ROA yang lebih tinggi, konsisten dengan argumen bahwa skala operasional yang lebih besar memberikan keunggulan kompetitif struktural dalam industri ritel.

Dari perspektif teori sinyal, ukuran perusahaan yang besar merefleksikan kredibilitas dan stabilitas yang menjadi sinyal positif bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya (Kasmir, 2019). Perusahaan besar umumnya memiliki akses pembiayaan yang lebih murah, kemampuan negosiasi lebih kuat dengan pemasok, efisiensi logistik yang lebih baik, serta kapasitas untuk menanggung biaya tetap yang lebih tinggi—semua faktor ini secara langsung berkontribusi pada margin profitabilitas yang lebih kompetitif. Kusumanegara, Syafitri, dan Armereo (2023) menegaskan bahwa perusahaan berskala lebih besar memiliki kapasitas untuk menerapkan perencanaan pajak yang lebih canggih serta memanfaatkan economies of scale, yang pada gilirannya mendorong ROA yang lebih tinggi.

Afifah dan Hasymi (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi dengan kemampuan optimalisasi beban pajak, yang secara tidak langsung mendukung peningkatan profitabilitas bersih. Tumanggor (2017) juga mengkonfirmasi bahwa skala perusahaan memengaruhi kinerja keuangan pada perusahaan non-keuangan BEI. Kendati Siregar dan Dewi (2022) mendapati pengaruh negatif ukuran terhadap nilai pasar perusahaan barang konsumsi,

perbedaan ini dapat dikaitkan dengan divergensi antara variabel dependen yang digunakan (nilai pasar vs. profitabilitas akuntansi) serta perbedaan karakteristik model bisnis antarsektor yang diteliti.

Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas (H4 Diterima)

Leverage menghasilkan nilai t hitung -4,199 dengan signifikansi 0,000, jauh di bawah α = 0,01, sehingga H4 diterima. Koefisien regresi leverage sebesar -0,033 merupakan yang terbesar secara absolut di antara seluruh variabel independen, menegaskan bahwa leverage adalah faktor paling dominan dalam memengaruhi profitabilitas perusahaan ritel dalam model penelitian ini.

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat utang yang tinggi dalam struktur pendanaan perusahaan ritel terbukti menekan profitabilitas secara signifikan. Rata-rata DAR sebesar 50,53% dalam sampel menggambarkan bahwa lebih dari setengah aset perusahaan ritel didanai oleh utang, sehingga beban bunga yang ditanggung cukup substansial dan secara nyata menggerus laba bersih. Dalam perspektif teori sinyal, leverage yang berlebihan justru menjadi sinyal negatif yang mengindikasikan risiko keuangan tinggi dan profitabilitas yang tertekan (Nurrosidah & Halimatusadiah, 2022).

Chaidir (2020) membuktikan bahwa perusahaan dengan utang lebih tinggi menanggung beban bunga lebih besar sehingga laba operasional bersih tergerus secara signifikan. Afifah dan Hasymi (2020) menemukan bahwa meskipun leverage memberikan manfaat tax shield melalui pengurangan beban bunga dari penghasilan kena pajak, manfaat tersebut terbukti tidak mampu mengkompensasi dampak negatif beban bunga terhadap profitabilitas secara keseluruhan. Putri dan Yuliafitri (2024) juga menemukan bahwa perusahaan dengan leverage tinggi semakin aktif menghindari pajak sebagai kompensasi atas tekanan profitabilitas akibat beban bunga yang besar.

Temuan ini dapat dijelaskan pula melalui trade-off theory dalam manajemen keuangan, yang menyatakan bahwa penggunaan utang melampaui titik optimal akan mengakibatkan financial distress costs yang melebihi manfaat tax shield yang diperoleh. Dalam konteks perusahaan ritel dengan profitabilitas yang sudah sangat tipis, penggunaan utang berlebihan menjadi sangat kontraproduktif karena beban bunga dapat dengan mudah menggerus seluruh margin keuntungan yang ada. Siregar dan Dewi (2022) menegaskan bahwa struktur modal yang optimal adalah yang mampu menyeimbangkan manfaat pajak dari utang dengan risiko keuangan yang ditimbulkannya.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini telah menganalisis secara empiris pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap profitabilitas 27 perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terhadap 95 observasi, beberapa kesimpulan penting dapat ditarik.

Pertama, perencanaan pajak yang diproksikan dengan ETR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Semakin rendah ETR—mencerminkan keberhasilan strategi perpajakan—semakin tinggi laba bersih yang dapat dipertahankan, dan semakin besar ROA yang dihasilkan. Kedua, pertumbuhan penjualan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan ritel. Volatilitas pertumbuhan yang tinggi, biaya pemulihan pasca-pandemi, dan tekanan kompetitif yang memaksa penurunan margin menjadi faktor yang menjelaskan temuan ini. Ketiga, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, mengkonfirmasi bahwa skala operasional yang lebih besar memberikan keunggulan efisiensi melalui economies of scale yang berdampak pada profitabilitas yang lebih tinggi.

Keempat, leverage merupakan variabel paling dominan dalam model dan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Tingkat utang yang melampaui titik optimal menimbulkan beban bunga yang menggerus laba bersih secara substansial, mempertegas pentingnya manajemen struktur modal yang prudent. Kelima, secara simultan, keempat variabel independen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan Adjusted R^2 sebesar 34,2%, menunjukkan relevansi model multivariat dalam menjelaskan variasi kinerja keuangan perusahaan ritel.

Implikasi manajerial dari penelitian ini antara lain: manajemen perusahaan ritel hendaknya memprioritaskan optimalisasi perencanaan pajak yang legal dan efisien, mengelola struktur pendanaan secara hati-hati dengan tidak berlebihan dalam penggunaan utang, serta berfokus pada penguatan aset produktif sebagai fondasi pertumbuhan profitabilitas yang berkelanjutan. Bagi investor, hasil penelitian ini memberikan panduan agar lebih memperhatikan rasio utang terhadap aset dan efisiensi perpajakan perusahaan dibandingkan sekadar memperhatikan angka pertumbuhan penjualan dalam pengambilan keputusan investasi. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel dengan menambahkan perputaran persediaan, intensitas aset tetap, atau variabel makroekonomi, serta memperpanjang periode pengamatan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, M. D., & Hasymi, M. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, intensitas aset tetap dan fasilitas terhadap manajemen pajak dengan indikator tarif pajak efektif. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 10(2), 102–118.

Cahyadi, T., & Mulyani, S. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage terhadap profitabilitas perusahaan perdagangan di BEI. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 17(2), 133–149.

Chaidir, M. (2020). Analisis pengaruh return on assets, debt to equity ratio, dan sales growth terhadap manajemen pajak. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(1), 44–58.

Fadilah, N. R., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh sales growth, capital intensity, dan leverage terhadap penghindaran pajak. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 10(5), 1–18.

Handayani, R., & Susanto, B. (2023). Pengaruh effective tax rate terhadap kinerja keuangan perusahaan ritel: studi empiris di BEI. Jurnal Perpajakan Indonesia, 5(1), 78–92.

Hardiyanto, A. T., & Wahyudi, I. (2021). Determinan profitabilitas perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia: analisis data panel. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 23(1), 45–59.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305–360.

Kasmir. (2019). Analisis laporan keuangan. Rajawali Pers.

Kusumanegara, I., Syafitri, Y., & Armereo, C. (2023). Pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI. Jurnal Akuntansi, 11(2), 88–105.

Nugroho, F. A., & Meiranto, W. (2022). Pengaruh firm size, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada sektor perdagangan eceran. Diponegoro Journal of Accounting, 11(3), 1–12.

Nurrosidah, R., & Halimatusadiah, E. (2022). Pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai-nilai perusahaan. Jurnal Akuntansi, 10(2), 201–214.

Prihatiningsih, T. P. A. (2019). Pengaruh beban pajak tangguhan dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba: studi empiris pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Akuntansi, 7(1), 34–47.

Putri, S. A., & Yuliafitri, I. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 12(3), 215–230.

Roni, A., & Nadhifah, T. (2022). Pengaruh perencanaan pajak terhadap pengelolaan laba pada perusahaan tercatat di Jakarta Islamic Index. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 26(1), 55–70.

Santoso, I., & Rahayu, N. (2021). Dampak struktur modal terhadap profitabilitas: bukti dari perusahaan ritel Indonesia. Jurnal Bisnis dan Akuntansi, 23(2), 119–131.

Siregar, I. G., & Dewi, S. E. (2022). Pengaruh perencanaan pajak, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Jurnal Manajemen Bisnis, 19(1), 67–82.

Spence, M. (1973). Job market signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355–374.

Tumanggor, A. H. (2017). Pengaruh perencanaan pajak (tax planning) terhadap nilai perusahaan (firm value) pada perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEI periode 2013–2015. Jurnal Ekonomi, 5(2), 1–15.

Wahyudi, T., & Prasetyanto, P. K. (2022). Pengaruh firm size dan leverage terhadap profitabilitas dengan pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 13(2), 315–330.