

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)

Yulia Wulandari, Diah Probowulan,SE,MM² Rendy Mirwan Aspirandi,SE.,MSA

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : Yuliawlnr16@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Variabel independe yang digunakan dalam penelitian ini perencanaan pajak, variabel dependen dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan, sedangkan variabel moderasi penelitian ini adalah transparansi perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Berdasarkan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yang berarti teknik pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian sampel berjumlah 10 perusahaan dengan periode pengamatan 2016-2018, sehingga jumlah sampel total 30 (10x3). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Kesimpulan yang diperoleh ialah bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengaruh perencanaan pajak yang dimoderasi oleh transparansi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: perencanaan pajak, transparansi perusahaan dan nilai perusahaan

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu tujuan dari perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan tiap periodenya. Persaingan pesat antara perusahaan telah mewarnai era globalisasi saat ini. Dimana nilai perusahaan direfleksikan berdasarkan harga pasar saham perusahaan. Apabila nilai perusahaan meningkat, maka kesejahteraan pemegang saham tersebut akan meningkat, yang terlihat dari *return* saham bagi investor. Dimana hal ini dapat menjadi stimulus bagi calon investor lainnya untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

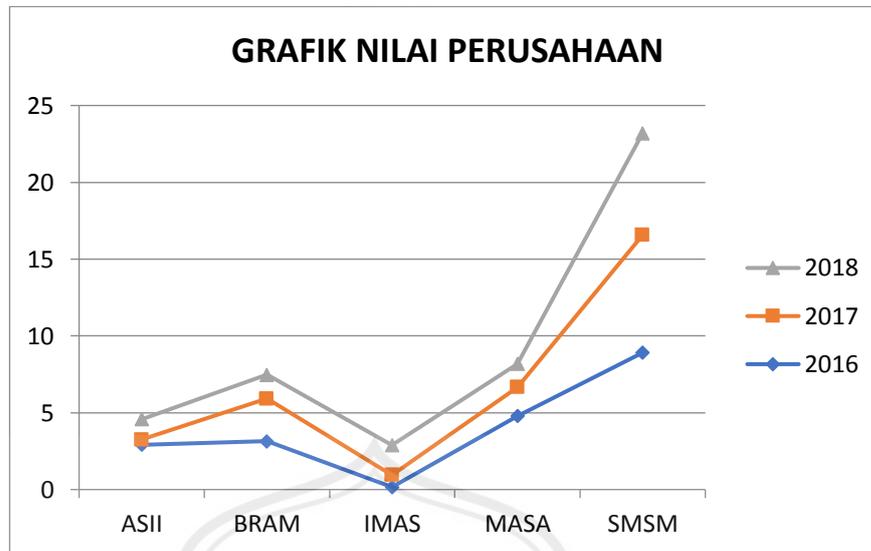
Perencanaan pajak dapat dilihat dengan dua perspektif yang berbeda. Pertama, perspektif teori tradisional, bahwa aktivitas perencanaan pajak untuk mentransfer kesejahteraan dari negara kepada pemegang saham (Desai dan Dharmapala, 2006). Dengan melalui aktivitas perencanaan pajak yaitu melakukan tindakan terstruktur agar beban pajak serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memperoleh peningkatan laba setelah pajak yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, dengan mengabaikan tingkat *compliance* perusahaan. Kedua, dari perspektif *agency theory*, bahwa melalui aktivitas perencanaan pajak dapat memfasilitasi kesempatan manajerial untuk melakukan tindakan oportunistik dengan memanipulasi laba atau penempatan.

Ketika menerapkan perencanaan pajak ada yang menggunakan cara penghindaran pajak serta penggelapan pajak. Secara teori, di dalam memperkirakan perbedaan dari penghindaran pajak serta penggelapan pajak, terdapat kesulitan yang terletak di penentuan perbedaannya. Berpedoman dari peraturan undang-undang, batas penyekat ini ialah, antara melampaui undang-undang (*unlawful*) dan tidak melampaui undang-undang (*lawful*) (Zain, 2008).

Perencanaan pajak perlu dilaksanakan supaya wajib pajak mampu melunasi utang pajak yang dimiliki secara efisien serta efektif. Pengelolaan pajak disebut efektif bila interpretasi dari wajib pajak terhadap hak serta kewajiban perpajakan tidak berbeda dari fiskus. Serta disebut efisien bila jumlah serta waktu pelunasan pajak dilakukan dengan tepat, sehingga dapat menghindari denda maupun bunga yang dikenakan akibat adanya keterlambatan dalam pelunasan maupun terdapatnya kurang

bayar atau kehilangan kesempatan dalam mendapatkan pendapatan (*opportunity loss*) akibat terlalu awal membayar.

Gambar 1.1



Berdasarkan gambar 1.1 di atas terlihat bahwa terdapat 5 perusahaan yang nilai perusahaannya setiap tahun mengalami penurunan dan peningkatan yang tidak stabil dalam 3 tahun berturut-turut, dalam penelitian ini nilai perusahaan dicerminkan dari nilai PBV (*price to book value*) Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik dan tidak stabil setiap tahunnya maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006:336).

Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan.

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu dan juga pemahaman pada peneliti mengenai pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Sebagai bahan acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang meneliti mengenai pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak adalah upaya wajib pajak untuk meminimalkan pajak yang terhutang melalui skema yang memang sudah jelas diatur dalam peraturan undang-undang perpajakan dan tidak menimbulkan *dispute* antara wajib pajak dan otoritas pajak. Winanto dan widayat, (2013) menjelaskan perencanaan pajak adalah proses pengambilan *tax factor* yang relevan dan *material non tax factor* untuk menentukan apakah, kapan, bagaimana, dan dengan siapa (pihak mana) untuk melakukan transaksi, operasi dan hubungan dagang yang memungkinkan tercapainya beban pajak pada *tax events* yang serendah mungkin dan sejalan dengan tercapainya tujuan usaha maupun lainnya.

Tax Planning adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar (tidak melanggar undang-undang) tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan (Hidayat, 2003).

Tax planning tidak berarti sebagai upaya menghindari pajak, karena bila demikian jelas bertentangan dengan undang-undang perpajakan yang berlaku. Pada umumnya penekanan *tax planning* adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak. *Tax Planning* disini tidak sama dengan perencanaan yang merugikan penerimaan negara, karena tujuannya adalah untuk mengatur agar pajak yang harus dibayar tidak lebih dari jumlah yang seharusnya. Untuk itu perusahaan perlu melakukan penelitian dan pengumpulan ketentuan peraturan perpajakan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu (Yulius dan Tarigan, 2007) :

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Transparansi Perusahaan

Transparansi perusahaan merupakan kesediaan perusahaan dalam memberikan penjelasan mengenai peristiwa. Akun dan item yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan *annual report* yang dibutuhkan pemilik perusahaan dalam memahami resiko strategi serta kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan. Apabila pengambilan keputusan yang dilakukan investor dan pemilik

perusahaan tidak sesuai dengan kondisi perusahaan dikarenakan laporan keuangan yang dihasilkan tersebut tidak terdapat informasi yang dibutuhkan pemilik perusahaan. Maka kondisi tersebut menimbulkan konflik kepentingan dan asimetri informasi antara manajer dan pemilik perusahaan sehingga menurunkan nilai perusahaan.

Transparansi atau keterbukaan dapat berarti semua kebijakan atau keputusan dan informasi yang berkaitan oleh perusahaan dapat di akses dengan mudah oleh pemangku kepentingan di perusahaan tersebut. Kalaupun ada informasi yang tidak boleh diketahui oleh publik, maka harus ada kriteria yang jelas untuk informasi tersebut.

Theory Agency

Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antar pemilik sumber daya ekonomi (principal) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Menurut Messier, et. al., (2006:7) hubungan keagenan ini mengakibatkan dua permasalahan yaitu : (a) terjadinya informasi asimetris (*Information asymmetry*), dimana manajemen secara umum memiliki lebih banyak informasi mengenai posisi keuangan yang sebenarnya dan posisi operasi entitas dari pemilik; dan (b) terjadinya konflik kepentingan (*conflict of interest*) akibat ketidaksamaan tujuan, dimana manajemen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik.

Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak dimana pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan, dengan maksud dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Perusahaan yang melaksanakan perencanaan pajak bisa meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan melaksanakan perencanaan pajak, perusahaan bisa lebih efektif dalam membayarkan pajak terutang serta terlihat tertib dalam kewajiban perpajakannya. Dan juga, ada pandangan teori tradisional yang mengatakan bahwa “kegiatan perencanaan pajak dilakukan guna memindahkan kesejahteraan dari negara terhadap pemegang saham” (Desai dan Dharmapala, 2006), sehingga mampu menurunkan biaya yang dipergunakan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, berikut ini rumusan hipotesis dalam penelitian ini:

H_1 : Perencanaan pajak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan

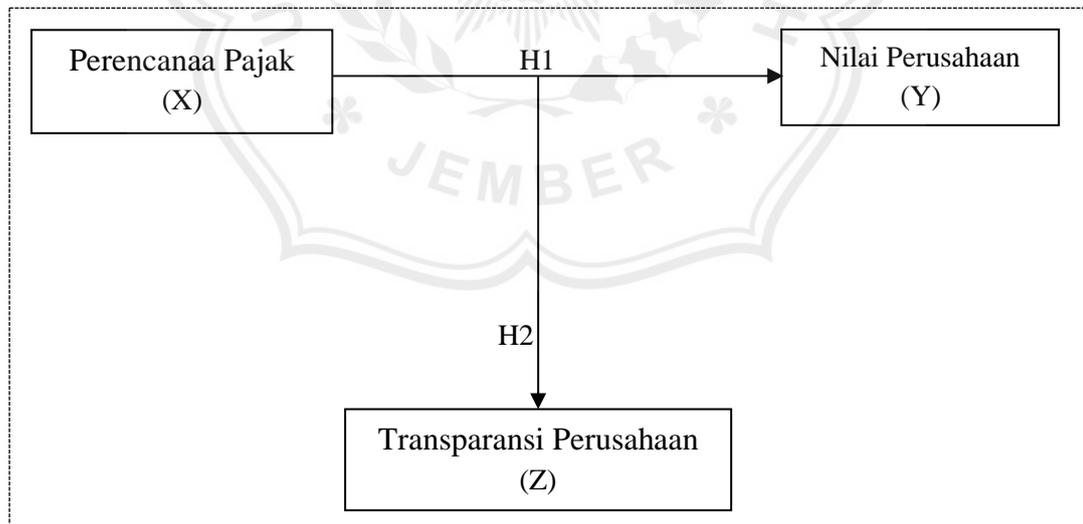
Transparansi perusahaan memoderasi pengaruh perencanaan pajak pada nilai perusahaan

Bushman dan Smith (2003) mengemukakan transparansi perusahaan merupakan ketersediaan informasi yang beredar luas dan bisa dipercaya terhadap kinerja perusahaan dalam suatu periode tertentu, posisi keuangan, kesempatan investasi, pemerintah, nilai serta risiko perusahaan yang sifatnya umum. Transparansi perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan luas pengungkapan sukarela dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu, dikarenakan adanya inkonsistensi hasil, maka dalam penelitian ini ditambahkan variabel pemoderasi berupa transparansi perusahaan. Transparansi perusahaan adalah ketersediaan perusahaan yang memberikan rincian serta penjelasan dari akun, item, dan peristiwa yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan laporan umum lainnya. Transparansi penting bagi pemegang saham maupun pemilik perusahaan dalam memahami sepenuhnya strategi, operasi, risiko, dan kinerja manajemen perusahaan. Transparansi dilihat dari seberapa banyak informasi yang diungkapkan oleh pihak manajemen. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan teori-teori di atas maka hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H_2 : Tranparansi perusahaan sebagai variabel moderasi berpengaruh pada nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual



Keterangan:

- > : Pengaruh persial
- : Pengaruh Simultan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perencanaan pajak sebagai variabel independen, transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi, sedangkan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor otomotif dan komponen di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode purposive sampling dengan kriteria: 1) perusahaan sub sektor otomotif dan komponen di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018; 2) laporan keuangan yang dinyatakan dalam mata uang rupiah, karena penelitian dilakukan di Indonesia; 3) perusahaan sub sektor otomotif dan komponen di Bursa Efek Indonesia yang mempunyai laporan keuangan berturut-turut pada periode 2016-2018; 4) Perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang memiliki data pembagian laba positif selama periode tahun penelitian. Dari kriteria tersebut diperoleh data untuk sampel sebanyak 40 perusahaan dengan periode penelitian tiga tahun. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengujian dengan analisis regresi diperlukan adanya kemungkinan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi terhadap asumsi klasik. Pengujian tersebut meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji F bertujuan untuk mengukur apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara pengujian simultan terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ; 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ (5%) maka hipotesis ditolak. Hal tersebut berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen; 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ (5%) maka hipotesis tidak ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Uji yang dilakukan adalah uji t. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima (Ghozali, 2013).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sub sektor Otomotif dan Komponennya yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018. Data dalam penelitian ini diambil dari www.idx.co.id, serta mengeksplorasi laporan keuangan dan laporan tahunan dari perusahaan periode 2016-2018. Pengambilan Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana yang memenuhi kriteria dalam penentuan sampel sebanyak 10 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam satu tahun dan dalam periode pengamatan tiga tahun maka jumlah sampel keseluruhan adalah 30 perusahaan.

Statistik Deskriptif

Gambaran atau deskriptif suatu data tersebut dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum dan standar deviasi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2013). Deskriptif statistik pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1

Hasil Statistik Deskriptif

Variabel Penelitian	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Perencanaan Pajak (X)	30	-2,63	1,49	0,04	0,74279
Transparansi Perusahaan (Z)	30	0,77	0,97	0,87	0,04213
Nilai Perusahaan (Y)	30	75	2887588	410879	868842

Sumber : lampiran 2

Berdasarkan analisis pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa untuk variabel Perencanaan Pajak menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,04. Nilai terendah variabel Perencanaan Pajak sebesar - 2,63 dan nilai tertinggi 1,49. Standar deviasi sebesar 0,74279. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4. dapat diketahui bahwa untuk variabel Transparansi Perusahaan menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,87. Nilai terendah variabel Transparansi Perusahaan sebesar 0,77 dan nilai tertinggi 0,97. Standar deviasi sebesar 0,04213. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa untuk variabel Nilai Perusahaan menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 410879. Nilai terendah variabel Nilai Perusahaan sebesar 75 dan nilai tertinggi 2887588. Standar deviasi sebesar 868842. Hal ini berarti nilai standar deviasi yang mendekati nilai rata-rata (mean) dan ukuran penyebaran data yang semakin kecil.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui metode analisis grafik dan analisis statistik. Metode grafik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat *normal probability plot*. *Normal probability plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2011).

Tabel 4.2 Uji Normalitas

Variabel	Nilai Kolmogorov Smirnov	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,146	Berdistribusi Normal

Sumber: lampiran 3

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi adalah 0,146. Dari semua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2011). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi, digunakan 1) nilai *tolerance* dan 2) *Variance Inflation Factor* (VIF).

**Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Perencanaan Pajak (X)	0,790	1,266	tidak terjadi multikolinieritas
Transparansi Perusahaan (Z)	0,790	1,266	tidak terjadi multikolinieritas

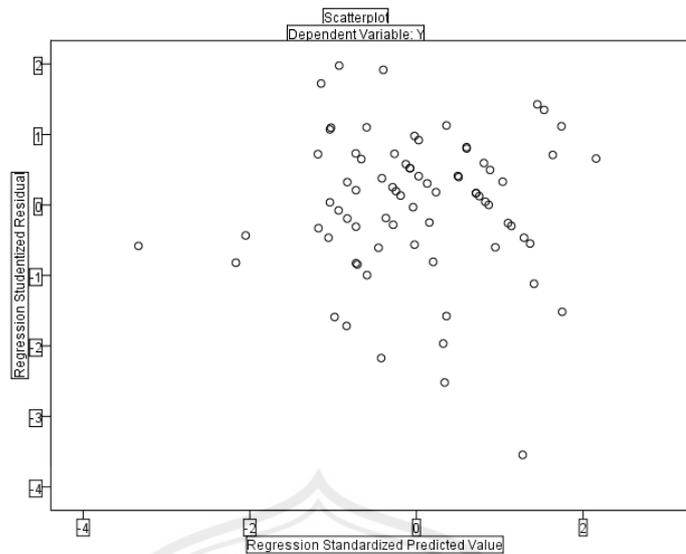
Sumber: lampiran 3

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistics* yang dapat dilihat pada tabel 4.3, diketahui bahwa model tidak terjadi multikolinieritas. Hal tersebut ditandai dengan nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika ada titik pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola

yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan hasil Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatter plot* yaitu titik-titik yang dihasilkan pada gambar tersebut menyebar dan berbentuk tidak beraturan sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan tehnik analisis yang digunakan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Konstanta	0,021	-	-
Perencanaan Pajak (X)	0,290	0,014	Signifikan
Transparansi Perusahaan (Z)	0,445	0,001	Signifikan

Sumber: Lampiran 4

Persamaan regresi yang diperoleh dari pengujian tersebut adalah:

$$Y = 0,021 + 0,290X + 0,445Z + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta dalam persamaan regresi tersebut adalah 0,021. Artinya, jika Perencanaan Pajak (X) dan Transparansi Perusahaan (Z) sebesar 0,021.
2. Nilai koefisien regresi variabel Perencanaan Pajak (X) sebesar 0,290. Artinya, jika terjadi peningkatan variabel Perencanaan Pajak (X), maka nilai variabel Nilai Perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,290.
3. Nilai koefisien regresi variabel Transparansi Perusahaan (Z) sebesar 0,445. Artinya, jika terjadi peningkatan variabel Transparansi Perusahaan (Z), maka nilai variabel Nilai Perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,445.

Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.5
Uji F

Variabel	Sig.
Residual	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan model regresi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05, maka berarti semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji Parameter individual (Uji t)

Tabel 4.6
Hasil Uji t

Variabel	Sig	Keterangan
Perencanaan Pajak (X)	0,014	H ₁ Diterima
Transparansi Perusahaan (X ₂)	0,001	H ₂ Diterima

Sumber : lampiran 5

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel Perencanaan Pajak (X) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y)
Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa Tingkat probabilitas (α) adalah 0,014. Hal ini berarti Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Karena nilai probabilitas $< 0,05$ maka terbukti kebenarannya (H₁ diterima).
2. Pengaruh variabel Transparansi Perusahaan (Z) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y)
Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa Tingkat probabilitas (α) adalah 0,001. Hal ini berarti Transparansi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Karena nilai probabilitas $< 0,05$ maka terbukti kebenarannya (H₂ diterima).

Pembahasan

Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis regresi linier berganda pada Uji t terhadap hipotesis pertama (H₁) dapat dilihat pada Tabel 4.6 bahwa Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,014. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif signifikan, artinya semakin baik Perencanaan Pajak maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan (H₁ diterima).

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel perencanaan pajak menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar -2,67 yakni pada perusahaan Indomobil Sukses International Tbk tahun 2016. Nilai ETR yang rendah disebabkan oleh perolehan laba yang negatif sehingga tidak mampu digunakan untuk menutupi beban pajak. Nilai tertinggi sebesar 1,49 pada perusahaan Indomobil Sukses International Tbk tahun 2017. Adanya upaya memperbaiki kinerja perusahaan berdampak baik terhadap laba positif yang dihasilkan sehingga mampu digunakan untuk membayar beban pajak. Sejalan dengan perencanaan pajak yang semakin baik perusahaan Indomobil Sukses International Tbk mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai Tobin's Q tahun 2016 sebesar 1431 menjadi 73874 tahun 2017. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik Perencanaan Pajak maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam teori keagenan, perencanaan pajak dapat memfasilitasi *managerial rent extraction* yaitu pembenaran atas perilaku oportunistik manajer untuk melakukan manipulasi laba atau penempatan sumber daya yang tidak sesuai karena aktivitas perencanaan pajak (*tax avoidance*) memunculkan kesempatan bagi manajemen dalam melakukan aktivitas yang didesain untuk menutupi berita buruk yang menyesatkan investor atau manajer kurang transparan dalam menjalankan operasional

perusahaan (Desai & Dharmapala, 2006). Aktivitas perencanaan dapat dilakukan melalui tax avoidance yaitu dengan melakukan pengurangan pajak secara eksplisit (Hanlon, 2010).

Perencanaan pajak dapat dilihat dengan dua perspektif yang berbeda. Pertama, perspektif teori tradisional, bahwa aktivitas perencanaan pajak untuk mentransfer kesejahteraan dari Negara kepada pemegang saham (Desai dan Dharmapala, 2006). Dengan melalui aktivitas perencanaan pajak yaitu melakukan tindakan terstruktur agar beban pajak serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memperoleh peningkatan laba setelah pajak yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, dengan mengabaikan tingkat *compliance* perusahaan. Kedua, dari perspektif *agency theory*, bahwa melalui aktivitas perencanaan pajak dapat memfasilitasi kesempatan manajerial melakukan tindakan *oportunisme* dengan memanipulasi laba atau penempatan sumber daya yang tidak sesuai serta kurang transparan dalam menjalankan operasional perusahaan sehingga perencanaan pajak berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Desai dan Dharmapala, 2006, Freiese *et.al*, 2006, dan Minnick *et.al*, 2010).

Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak dimana pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan, dengan maksud dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Perusahaan yang melaksanakan perencanaan pajak bisa meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan melaksanakan perencanaan pajak, perusahaan bisa lebih efektif dalam membayarkan pajak terutang serta terlihat tertib dalam kewajiban perpajakannya. Dan juga, ada pandangan teori tradisional yang mengatakan bahwa “kegiatan perencanaan pajak dilakukan guna memindahkan kesejahteraan dari negara terhadap pemegang saham” (Desai dan Dharmapala, 2006), sehingga mampu menurunkan biaya yang dipergunakan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Winanto dan Widayat (2013) dikemukakan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan adanya biaya bisa saja timbul dari aktivitas perencanaan pajak ini yang berupa *agency cost*.

Pengaruh Transparansi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis regresi linier berganda pada Uji t terhadap hipotesis kedua (H₂) dapat dilihat pada Tabel 4.6 bahwa transparansi perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan melihat taraf signifikansinya yaitu sebesar 0,001. Pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien regresi adalah positif signifikan, artinya semakin tinggi transparansi perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan (H₂ diterima).

Berdasarkan hasil statistik deskriptif variabel transparansi perusahaan menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 0,77 yakni pada perusahaan Indospring Tbk tahun 2016. Rendahnya nilai transparansi perusahaan Indospring Tbk tahun 2016 disebabkan oleh pengungkapan sukarela yang dilakukan sedikit dari total item pengungkapan yang telah ditetapkan. Sedangkan nilai tertinggi 0,97 pada perusahaan Astra International Tbk tahun 2018. Astra International Tbk merupakan perusahaan otomotif terbesar di Indonesia sehingga banyak mengungkapkan item sukarela untuk mendapatkan nama baik perusahaan untuk para *stakeholder*-nya. Sejalan dengan nilai terendah perusahaan Indospring Tbk tahun 2016 maka nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai Tobin's Q juga rendah yakni sebesar 217. Namun untuk perusahaan Astra International Tbk tahun 2018 yang memiliki nilai transparansi yang tinggi khususnya dalam pengungkapan sukarela memiliki nilai perusahaan sebesar 936.100. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi transparansi perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Bushman dan Smith (2003) mengemukakan transparansi perusahaan merupakan ketersediaan informasi yang beredar luas dan bisa dipercaya terhadap kinerja perusahaan dalam suatu periode tertentu, posisi keuangan, kesempatan investasi, pemerintah, nilai serta risiko perusahaan yang sifatnya umum. Transparansi perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan luas pengungkapan sukarela dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu, dikarenakan adanya inkonsistensi hasil, maka dalam penelitian ini ditambahkan variabel pemoderasi berupa transparansi perusahaan. Dimana transparansi

perusahaan adalah ketersediaan perusahaan memberikan rincian serta menjelaskan dari akun, item, dan peristiwa yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan laporan umum lainnya. Transparansi penting bagi pemegang saham maupun pemilik perusahaan dalam memahami sepenuhnya strategi, operasi, risiko, dan kinerja manajemen perusahaan. Transparansi dilihat dari seberapa banyak informasi yang diungkapkan oleh pihak manajemen.

Penelitian terdahulu dari Prasiwi (2015) yang menggunakan transparansi sebagai variabel pemoderasi mengungkapkan hasil penelitian bahwa penghindaran pajak atau *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh transparansi berhasil di moderasi. Penelitian tersebut menggunakan variabel penghindaran pajak, dimana penghindaran pajak tersebut merupakan bagian dari perencanaan pajak, sehingga penelitian tersebut dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Tranparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (studi empiris pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI periode 2016-2018). Berdasarkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 10 perusahaan perusahaan sub sektor otomotif dan komponen pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018 dan ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan pembahasan pada bab IV, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan pengaruh positif signifikan. Ini membuktikan bahwa semakin baik Perencanaan Pajak akan meningkatkan Nilai Perusahaan.
2. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Tranparansi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat Tranparansi Perusahaan maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah

1. Kriteria dalam penelitian ini masih terbatas pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen tahun 2016-2018.
2. Rentang periode penelitian hanya tiga tahun

Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas kriteria sampel pada perusahaan Jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penambahan sampel tahun penelitian yang lebih banyak agar dapat menggambarkan kondisi yang lebih konkrit misalnya 5 tahun.