



PROSIDING KONFERENSI RISET AKUNTANSI RIAU

<https://konrariau-iaikapd.web.id/index.php/konra/>



IKATAN AKUNTAN INDONESIA
KOMPARTEMEN AKUNTAN PENDIDIK

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN AGENCY COST TERHADAP NILAI PERUSAHAAN : DIMODERASI TRANSPARANSI

Vina Ramadianti¹, Yesi Mutia Basri², Rusli³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kampus Bina
Widya KM. 12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28293

Correspondent: yesimutiabasri@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to find empirical evidence regarding the effect of tax planning, managerial ownership, and agency costs on firm value with transparency as a moderating variable, focusing on primary consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2020-2022.

The population of this study consists of primary consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2020 to 2022, totaling 123 companies. The sample used in this study comprises 48 companies with a 3-year observation period. The sample was selected using purposive sampling based on predetermined criteria. The data analysis method employed in this study is quantitative analysis using SPSS version 25. The results of this study indicate that tax planning and agency cost have an effect on firm value, while managerial ownership does not affect firm value. Transparency does not moderate the effect of tax planning and managerial ownership on firm value, but it does moderate the effect of agency cost on firm value.

Keywords: Firm Value, Tax Planning, Managerial Ownership, Agency Cost, Transparency

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari bukti empiris terkait dengan pengaruh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial, dan *agency cost* terhadap nilai perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2020-2022. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2020-2022 sebanyak 123 perusahaan dan sampel yang digunakan sebanyak 48 perusahaan dengan masa obsevasi 3 tahun. Sampel penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling*. Penentuan sampel telah ditentukan terlebih dahulu berdasarkan kriteria. Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan software pengolah data SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan *agency cost* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan, kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transparansi tidak dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, tansparansi dapat memoderasi pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan

Kata kunci : Nilai Perusahaan, Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial, *Agency cost*, Transparansi

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah salah satu indikator dari kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan pemiliknya, dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Purnama 2020).

Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Hal ini sesuai dengan pendapat (Qodariyah, 2013) harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Pada saat ini sudah menjadi fenomena bahwa harga saham bisa naik maupun turun dikarenakan adanya faktor tertentu, baik dari internal maupun dari eksternal perusahaan. Beberapa perusahaan sektor barang primer yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2020-2022 mengalami fluktuasi harga saham yang cukup signifikan. Sebagai gambaran harga saham penutupan Astra Agro Lestari (AALI) pada akhir tahun 2021 merosot sekitar 22,92% dari Rp.12.325 pada akhir tahun 2020 menjadi Rp.9.500 per saham, dan kembali menurun 15,53% pada akhir tahun 2022 menjadi Rp.8.025 per saham. Diikuti dengan penurunan harga saham GGRM pada akhir tahun 2021 turun sebesar 25,37% dari tahun sebelumnya Rp.41.000 per saham ke Rp.30.600 per saham, dan kembali menurun pada akhir tahun 2022 mengalami penurunan 41,18% menjadi Rp.18.000 per saham. Sedangkan harga saham penutupan HMSP pada akhir tahun 2021 mengalami penurunan 35,88% dari Rp.1.505 menjadi Rp.965 per saham, dan pada akhir tahun 2022 kembali menurun 12,95% menjadi Rp.840 per saham. Harga saham penutupan CPIN pada akhir tahun 2021 kembali menurun dari harga saham Rp.6.525 menjadi Rp.5.960 dan kembali menurun pada akhir tahun 2022 sebesar Rp.5.650. Kemudian harga saham BISI pada akhir tahun 2021 mengalami penurunan dari harga Rp.1.030 menjadi Rp.995 dan mengalami kenaikan pada akhir tahun 2022 sebesar Rp.1.600 harga saham penutupan DLTA pada akhir tahun 2021 mengalami penurunan 14% dari harga saham Rp.4.400 menjadi Rp.3.780 per saham. Namun, mengalami kenaikan 4,13% pada akhir tahun 2022 menjadi Rp.3.830 per saham. Namun, mengalami kenaikan 4,13% pada akhir tahun 2022 menjadi Rp.3.830 per saham. Seperti yang dikabarkan dalam investasi.kontan.id (20/7/2021) pergerakan harga saham sektor barang konsumen primer menunjukkan penurunan terdalam yakni 11,29% sepanjang tahun berjalan. Analisis RHB sekuritas mengatakan penurunan tersebut tidak terlepas dari

kenaikan bahan-bahan baku seperti harga crude palm oil (CPO), minyak, gandum sejak semester II 2021 hingga semester I 2021.

Menurut Suandy (2011) perencanaan pajak adalah tahap awal dalam penghematan pajak. Strategi penghematan pajak diatur didalam perencanaan serta merupakan cara yang legal yang bisa diupayakan dengan sungguh-sungguh olehwajib pajak. Manajer memandang kebijakan perencanaan pajak adalah cara untuk mengurangi beban pajak secara legal sehingga dapat meningkatkan laba dan meningkatkan kinerja perusahaan yang berpengaruh pada nilai perusahaan (Chen et al., 2014).

Perencanaan pajak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena calon investor cenderung melihat laba bersih perusahaan sebelum melakukan penanaman modal, hal tersebut berarti semakin besar laba yang peroleh maka akan lebih menarik perhatian para calon investor untuk menanamkan modalnya sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan (Pradnyana, et al., 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewanata & Achmad, 2017) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Bernardin & Karina, 2021) menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan Manajerial adalah saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen atau pengelola perusahaan tersebut. Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan akan dapat menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham, sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Irawati, 2019). kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena adanya proporsi pemegang saham dari pihak manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berdampak pada tercapainya tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba. Dengan adanya kepemilikan manajemen perusahaan dapat dipandang menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara manajemen dan prinsipal, sehingga konflik agent dan principal dapat diasumsikan hilang apabila seorang manajer dapat juga sekaligus menjadi pemegang saham. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bernadin dan Karina (2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Widyastuti et al., 2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Agency cost adalah biaya yang dikeluarkan guna memastikan manajer untuk bertindak sesuai kepentingan principal. Agency cost ini disebabkan oleh pengaruh konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham, yang dapat menimbulkan biaya yang berlebih yaitu free cash flow. agency cost terhadap nilai perusahaan masih menjadi

perdebatan, pasalnya ada penelitian yang menyebutkan bahwa agency cost berpengaruh dan ada juga yang menyebutkan agency cost tidak berpengaruh. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adityamurti & Ghozali, (2017) menyatakan bahwa agency cost berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut (Nurmalasari & Merry, 2021) menyatakan bahwa agency cost tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil yang tidak konsisten, maka didalam penelitian ini ditambahkan transparansi sebagai variable moderasi. Menurut Pradnyana dan Noviani (2017) transparansi merupakan ketersediaan perusahaan memberikan rincian serta penjelasan dari akun, item, dan peristiwa yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan laporan umum lainnya. Hal ini di karenakan banyaknya informasi yang diungkapkan oleh manajemen pada laporan keuangan tahunan, maka pemilik perusahaan dan investor dapat lebih mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya. Selain itu, akses informasi juga menjadi mudah dan menjadi salah satu indikator dari transparansi dalam menyampaikan informasinya kepada pihak diluar perusahaan. Dengan adanya transparansi ini maka kesempatan dari manajemen untuk memiliki niatan yang menguntungkan pribadinya dapat dikurangi, sehingga perencanaan pajak yang dilakukan oleh manajemen akan dapat memberikan manfaat yang baik bagi pemilik perusahaan serta bagi manajemen. hal ini juga dapat memberikan dampak positif kepada pihak luar maupun calon investor dan hal tersebut dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan. dalam penelitian yang dilakukan oleh Pradnyana dan Noviani (2017) menyatakan bahwa transparansi dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Sari & Irawati, 2021) menyatakan bahwa transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.

Transparansi dilihat dari seberapa banyak informasi yang diungkapkan oleh pihak manajemen perusahaan. Informasi yang diungkapkan berupa akun dan item yang dilaporkan dalam laporan keuangan tahunan (annual report) yang digunakan oleh pemilik perusahaan untuk memahami resiko strategi serta kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan (Fajrin et al., 2017). Besarnya transparansi juga dilihat berdasarkan banyaknya informasi yang diungkapkan oleh manajemen dalam laporan keuangan tahunan agar pemilik perusahaan dan para investor dapat mengetahui informasi perusahaan secara terbuka dan sebagai parameter perusahaan untuk menyampaikan kondisi perusahaan pada pihak luar. Dengan adanya pengungkapan perusahaan secara transparansi dapat mencegah terjadinya kecurangan dari manajerial yang menguntungkan dirinya secara individual. (Anggraeni & Maylani, 2020) dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Pesudo, 2019)

menyatakan bahwa transparansi dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Bunayah (2023) menyatakan bahwa transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Chen 2014) *agency cost* berperan sebagai variabel yang dapat mengendalikan atau mengurangi terjadinya konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Ketika *agency cost* suatu perusahaan tinggi maka nilai perusahaan akan turun. Sehingga dengan adanya transparansi yang kuat kemampuan untuk terjadinya konflik kepentingan akan rendah. Perusahaan yang memiliki transparansi yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan harus memberikan informasi yang tepat dan akurat untuk pihak yang berkepentingan. Informasi yang tepat dan akurat dapat mempengaruhi naik turunnya harga saham perusahaan serta dapat mempengaruhi secara signifikan risiko dan prospek usaha perusahaan yang bersangkutan. dalam penelitian yang dilakukan oleh (Asa & utomo 2019) menyatakan bahwa transparansi dapat memoderasi pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut (Wardani & Susilowati, 2020) menyatakan bahwa transparansi dapat memperlemah pengaruh *negative agency cost* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena, teori yang berkembang, serta penelitian sebelumnya (Saputra et al., 2021) maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk melihat pengaruh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial, dan *agency cost* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh transparansi.

LITERATUR REVIEW DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori agensi merupakan teori yang membahas hubungan antara pemilik perusahaan atau pemilik saham (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) (Cahyani, 2016). Luayyi (2010) menyebutkan bahwa dalam teori agensi atau keagenan terdapat kontrak atau kesepakatan antara pemilik sumber daya dengan manajer untuk mengelola perusahaan dan mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan laba yang akan diperoleh, sehingga memungkinkan manajer melakukan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut baik cara yang baik ataupun cara yang merugikan banyak pihak.

Teori Sinyal

Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) dan Ross (1977).Teori

ini menggambarkan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana melihat prospek perusahaan (Brigham dan Houston, 2001). Teori ini bertujuan untuk memberikan sinyal kepada investor dalam mengambil keputusan investasi. Teori ini menyarankan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Penyampaian informasi oleh perusahaan dapat dilakukan melalui laporan tahunan (annual report) dengan semua laporan tahunan yang transparan meliputi keuangan dan non keuangan (Emaet al., 2014)

Perencanaan pajak dan nilai perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bagaimana sinyal berkaitan dengan kualitas yang dicerminkan dalam laporan keuangan. Manajemen dan investor mempunyai kepentingan yang sama yaitu investor menginginkan tingkat return yang tinggi sedangkan manajemen menginginkan kompensasi (bonus) yang tinggi. Keputusan tentang perusahaan menjadi tanggung jawab manajer dan salah satu cara yang bisa dilakukan manajer untuk menaikkan laba perusahaan adalah dengan melakukan perencanaan pajak. Manajemen melakukan perencanaan pajak dengan tujuan agar beban pajak perusahaan yang harus dibayar rendah sehingga laba setelah pajak menjadi tinggi. Jika laba perusahaan tinggi maka return investasi juga tinggi sehingga akan menjadi daya Tarik bagi investor dan permintaan saham akan meningkat dan tentunya harga saham (nilai perusahaan juga meningkat) (titiek & Nurul 2022) Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Marsaid & Pesudo, 2019) dan (Christiani et al., 2022) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian yang dapat dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁: Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Prusahaan

Kepemilikan Manajerial Dan Nilai Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2006:26-31) manajer diberi wewenang oleh pemegang saham untuk mengambil keputusan, sehingga menimbulkan potensi konflik kepentingan yang dikenal dengan teori keagenan (agency theory). Konflik kepentingan ini bermula dari adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajerial sehingga diharapkan semakin tinggi kepemilikan manajerial, manajemen akan berusaha semaksimal mungkin bekerja untuk kepentingan pemegang saham. Hal ini dikarenakan pihak manajemen juga akan mendapatkan keuntungan ketika perusahaan memperoleh laba. Adanya proporsi kepemilikan manajerial yang tinggi, menyebabkan manajemen cenderung akan bekerja lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang notabene adalah dirinya

sendiri sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Dewi & Abundanti, 2019) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepemilikan manajerial perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian yang dapat dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₂: Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Agency cost dan nilai perusahaan

Menurut (Nurmalasari & Maradesa, 2021) biaya yang harus dikeluarkan perusahaan guna meminimalisir terjadinya masalah agensi dinamakan biaya agensi, dimana biaya agensi bisa meliputi biaya pembuatan sistem informasi keuangan yang baik, biaya untuk auditor independen guna melakukan audit atas laporan keuangan perusahaan agar terhindar dari 49 kecurangan, insentif kepada manajer, karyawan, pengangkatan dewan komisaris dari eksternal perusahaan agar bersifat netral, biaya untuk mengatur organisasi agar berjalan sesuai dengan tujuan.

Hal ini dapat dijelaskan dengan teori agensi yang menyatakan terjadinya perbedaan kepentingan antara manajer (agent) dengan pemilik perusahaan (principal) dapat menyebabkan adanya biaya agensi yang dikeluarkan. Adanya biaya agensi akan membuat pemilik perusahaan bisa mengawasi kinerja manajer agar sesuai dengan kontrak atau kesepakatan yang terjadi diantara keduanya. Kinerja manajer akan baik dan sesuai dengan aturan sehingga akan memberikan kontribusi yang baik pada kinerja perusahaan yang nantinya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adityamurti dan Ghozali (2017) dan Meganingrum (2018) yang menyatakan bahwa biaya agensi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dimana perusahaan yang memiliki biaya agensi lebih besar akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

H₃: Agency Cost berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Perencanaan pajak, Transparansi, dan Nilai perusahaan

Menurut Pradnyana dan Noviari (2017) transparansi adalah ketersediaan perusahaan memberikan rincian serta penjelasan dari akun, item, dan peristiwa yang dilaporkan dalam laporan keuangan dan laporan umum lainnya. Transparansi dilihat dari seberapa banyak informasi yang diungkapkan oleh pihak manajemen. Akun dan item yang dilaporkan dalam laporan keuangan (Annual report) dibutuhkan pemilik perusahaan dalam memahami resiko

strategi serta kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan (Fajrin, Diana, dan Mawardi, 2017) Berdasarkan agency theory, dengan adanya transparansi diharapkan dapat mengurangi peluang-peluang terjadinya konflik kepentingan (agency conflict). Perbedaan timbul dikarenakan manajer lebih mementingkan kepentingan pribadi, akan tetapi pemegang saham kurang setuju terhadap kepentingan pribadi dari manajer. Akibatnya hal itu dapat meningkatkan biaya perusahaan yang juga mengakibatkan keuntungan perusahaan serta dividen yang akan diperoleh pemegang saham berkurang dan dapat meningkatkan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan perencanaan pajak yang bersifat opportunistik atau memiliki niatan untuk menguntungkan pribadinya. (Saputra et al., 2021)

Dengan adanya transparansi maka kesempatan dari manajemen untuk memiliki niatan untuk menguntungkan pribadinya akan dapat dikurangi. Sehingga perencanaan pajak yang dilakukan oleh manajemen akan dapat memberikan manfaat yang baik bagi pemilik perusahaan serta bagi manajemen. Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Hidayat & pseudo, 2020) menyatakan bahwa transparansi memoderasi perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian yang dapat dikembangkan pada penelitian ini yaitu :

**H4 : Transparansi mampu memoderasi perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan
*Kepemilikan manajerial, transparansi, dan nilai perusahaan***

(Hidayat & Pesudo, 2019) mengemukakan bahwa transparansi dapat memoderasi kepemilikan manajerial dalam nilai perusahaan dikarenakan banyaknya informasi yang diungkapkan oleh manajemen dalam laporan keuangan tahunan agar pemilik perusahaan dan para investor dapat mengetahui informasi perusahaan secara terbuka, juga sebagai parameter perusahaan untuk menyampaikan kondisi perusahaan pada pihak luar, sehingga dengan adanya pengungkapan perusahaan secara transparansi dapat mencegah adanya kecurangan dari manajerial untuk menguntungkan dirinya secara individual Dengan adanya transparansi dalam pengungkapan informasi yang lebih terbuka untuk melaporkan kepemilikan saham manajerial, dapat memberikan dampak positif kepada pihak luar ataupun calon investor untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan (Anggraeni & Maylani, 2020). peningkatan kepemilikan manajerial diikuti dengan meningkatnya transparansi akan meningkatkan nilai perusahaan. (Bernardin & Karina, 2021). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian yang dapat dikembangkan pada penelitian ini yaitu:

H5: Transparansi memoderasi hubungan kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan.

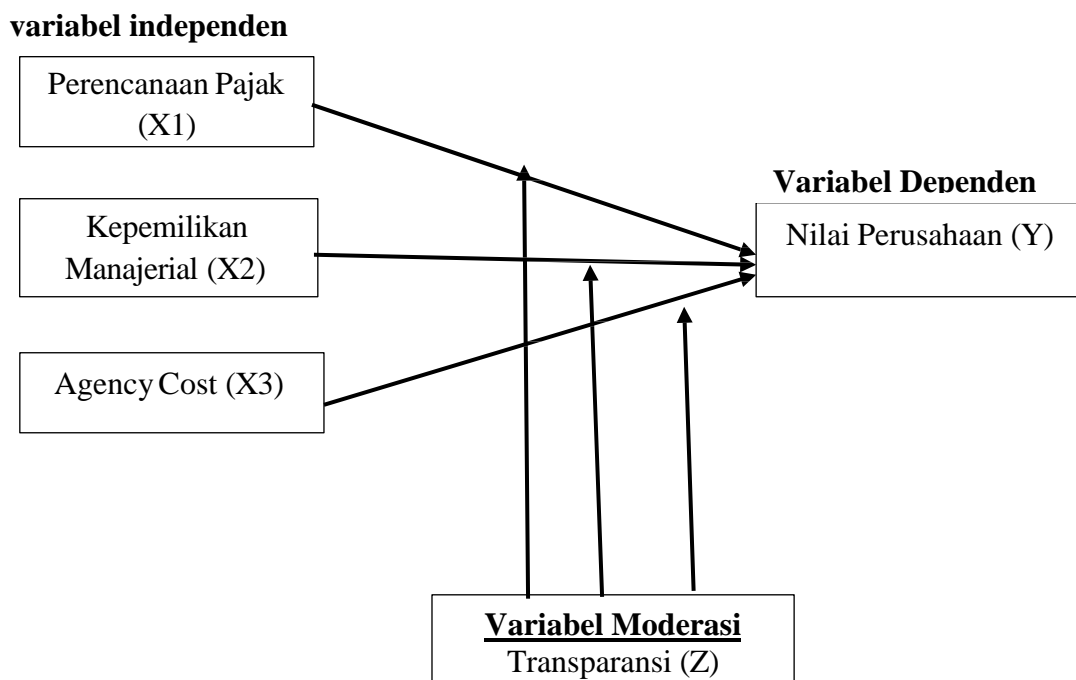
Agency cost,transparansi,nilai perusahaan

Menurut (Chen, 2014) mengemukakan bahwa agency cost berperan sebagai variabel yang dapat mengendalikan atau mengurangi terjadinya konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Dengan adanya transparansi yang kuat, kemampuan untuk terjadinya konflik kepentingan akan rendah. Perusahaan yang memiliki transparansi yang tinggi menunjukkan perusahaan harus memberikan informasi yang tepat dan akurat untuk pihak yang berkepentingan informasi ini dapat mempengaruhi naik turunnya harga saham perusahaan serta dapat mempengaruhi secara signifikan risiko dan prospek usaha.

Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham akan berkurang ketika transparansi tinggi karena manajer tidak dapat menggunakan biaya agensi untuk keuntungan mereka sendiri. Sebaliknya jika transparansi rendah Keberadaan biaya agensi dapat digunakan oleh manajer untuk keuntungan pribadi. Investor akan menerima lebih banyak informasi ketika transparansi tinggi daripada ketika rendah. Keterbukaan informasi perusahaan sangat penting karena nantinya akan menjadi pertimbangan ketika mengambil keputusan bagi pihak investasi di luar perusahaan Sehingga agency cost yang mungkin timbul di dalam perusahaan dapat dikurangi dengan transparansi (Asa & Utomo, 2019). Berdasarkan uraian tersebut hipotesis penelitian yang dapat dikembangkan pada penelitian ini yaitu:

H₆: Transparansi dapat memoderasi agency cost terhadap nilai perusahaan

Kerangka pemikiran dapat diilustrasikan seperti pada **Gambar 1**.



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 123 perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2023.. Pada penelitian ini peneliti memutuskan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Berikut kriteria pengambilan sampel dengan model *purposive sampling*.

Tabel 1. Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Jumlah populasi	123
Tidak memenuhi kriteria	
Perusahaan sektor barang konsumen primer yang tidak terdaftar di BEI selama tahun 2020-2022	36
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan sepanjang tahun 2020-2022	2
Perusahaan yang mengalami kerugian sepanjang tahun 2020-2022	34
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah sepanjang tahun 2020-2022	3
Jumlah sampel penelitian	48
Jumlah tahun penelitian	3
Jumlah data penelitian	144

Setelah membuat kriteria sampel, peneliti memperoleh 48 perusahaan dengan rentang waktu penelitian 3 tahun sehingga diperoleh data sebanyak 144.

Jenis data yang digunakan adalah data dokumen yang berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang merupakan data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain selain tujuan penelitian ini. Beberapa sumber data sekunder adalah buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam maupun luar organisasi, situs web perusahaan, dan internet (Sekaran dan Bougie, 2016). Artinya bahan penelitian merupakan data yang diakses dari pihak lain dan sudah diolah, seperti informasi studi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data laporan keuangan tahunan yang diakses pada website Bursa Efek Indonesia atau dari website resmi perusahaan yang menjadi objek penelitian maupun hasil studi pustaka ataupun hasil penelitian terdahulu.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data Pada penelitian ini adalah metode pengumpulan data-data

yang diperlukan selama proses penelitian seperti mencari data dokumentasi dan data langsung yang berasal dari catatan atau dokumen perusahaan sesuai dengan yang dibutuhkan. Data sekunder yang diperlukan adalah data berupa laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI dan memenuhi kriteria pemilihan sampel. Data yang diperlukan dapat diakses melalui situs BEI ataupun situs resmi perusahaan. Definisi dan indikator setiap variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 2.

Tabel 2.
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Pengukuran	Skala
Perencanaan pajak (X_1)	$Cash\ ETR = \frac{Jlh\ pajak\ yg\ dibayarkan}{Laba\ sebelum\ pajak}$	Rasio
Kepemilikan manajerial (X_2)	$KM = \frac{Saham\ yang\ dimiliki\ manajer}{Saham\ Beredar}$	Rasio
Agency Cost (X_3)	$STA = \frac{Penuaian}{Total\ Aset}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{Harga\ per\ saham}{Nilai\ buku\ per\ saham}$	Rasio
Transparansi (Z)	$TP = \frac{a}{k}$	Rasio

Sumber: Diolah dari berbagai referensi

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini oleh peneliti yaitu menggunakan analisis kuantitatif yang dinyatakan dalam dengan angka angka dan disajikan dalam tabel untuk mempermudah proses analisis dan memahami sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dalam proses ini alat yang digunakan adalah SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena penelitian ini mempelajari pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga analisis yang paling cocok digunakan adalah analisis berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Dalam Menguji ke 144 Sampel ternyata data ini tidak lulus uji Asumsi Klasik

normalitas, hasil uji kolmogrov smirnov menunjukkan hasil nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yang berarti data yang digunakan terdapat masalah normalitas. Langkah yang perlu dilakukan yaitu dengan menghapus data outlier. Deteksi terhadap outlier dapat dilakukan dengan melakukan nilai batas yang akan dikategorikan sebagai outlier yaitu dengan mengkonversi nilai data kedalam skor standardized atau yang biasa disebut z-score. Selain itu cara menentukan outlier dengan mengeluarkan data yang memiliki sebaran nilai yang terlalu jauh dari data lainnya sehingga outlier data dapat dilakukan seminimal mungkin dilakukan untuk mendapatkan hasil tidak bias. Setelah dilakukan uji z-score didapat 15 outlier yang memiliki sebaran nilai angka yang terlalu jauh dari angka data lainnya terhadap setiap variabel. setelah menghilangkan 15 data outlier maka sampel yang diuji sebanyak 129 sampel

Analisis statistik deskriptif

Tabel 3.
Hasil uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CETR	129	0,01	0,85	0,2491	0,14541
KM	129	0,00	0,54	0,1057	0,17885
STA	129	0,27	3,10	1,1270	0,63301
PBV	129	0,21	6,71	2,0950	1,50482
TP	129	0,76	0,89	0,8568	0,04112

Sumber: hasil olah data SPSS,25

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa Perencanaan Pajak memiliki nilai minimum sebesar 0,01 dan nilai maksimum 0,85. Variabel ini memiliki nilai rata – rata sebesar 0,2491 dengan standar deviasi yang diperoleh dari 129 sampel sebesar 0,14541. Kepemilikan Manajerial memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 0,54. Variabel ini memiliki nilai rata – rata sebesar 0,1057 dengan standar deviasi yang diperoleh dari 129 sampel sebesar 0,17885. Agency Cost memiliki nilai minimum sebesar 0,27 dan nilai maksimum 6,71. Variabel ini memiliki nilai rata – rata sebesar 1,1270 dengan standar deviasi yang diperoleh dari 129 sampel sebesar 0,63301. Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,21 dan nilai maksimum 3,10. Variabel ini memiliki nilai rata – rata sebesar 2,0950 dengan standar deviasi yang diperoleh dari 129 sampel sebesar 1,50482. Transparansi memiliki nilai minimum sebesar 0,76 dan nilai maksimum 0,89. Variabel ini memiliki nilai rata – rata sebesar 0,8568 dengan standar deviasi yang diperoleh dari 129 sampel sebesar 0,04112.

Uji Asumsi klasik

1. Uji normalitas

Tabel 4. Hasil uji normalitas

Uji	Nilai Sig Normalitas	Ketentuan	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,083	Lebih dari 0,05	Terdistribusi Normal

Sumber: hasil olah data SPSS,25

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,083 nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji multikolinieritas

Tabel 5. Hasil uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
CETR	0,911	1,098	Tidak Terjadi Multikolinieritas
KM	0,969	1,032	Tidak Terjadi Multikolinieritas
STA	0,904	1,106	Tidak Terjadi Multikolinieritas
TP	0,923	1,083	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Hasil Olah Data Spss,25

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10 maka dapat disimpulkan dalam model regresi ini semua variabel terbebas dari gejala multikolonieritas

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
CETR	0,583	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
KM	0,160	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
STA	0,067	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
TP	0,213	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : hasil olah data SPSS,25

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregres nilai absolute residual dengan variabel independen (Gujarati, 2013). Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai signifikan > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji glejser yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan bahwa

seluruh variabel memiliki nilai Sig. > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik heterokedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Uji	Nilai	Keterangan
Durbin Watson	0,943	tidak terjadi autokorelasi

Sumber: hasil olah data SPSS,25

Berdasarkan Hasil uji diatas diketahui nilai Durbin Watson sebesar sebesar 0,943 yang artinya nilai Durbin Watson berada diantara -2 dan 2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadinya autokorelasi dalam penelitian ini.

Hasil analisis regresi berganda

Tabel 8. Hasil uji regresi berganda

Variabel	β	t	P-Value
(Constant)	-9,488	-3,830	0,000
CETR	1,695	2,077	0,040
KM	-0,655	-1,018	0,311
STA	0,703	3,735	0,000
TP	13,168	4,592	0,000

Sumber: hasil olah data SPSS,25

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi linier bergandanya, yaitu:

$$PBV = -9,488 - 1,695_{CETR} + 0,655_{KM} + 0,703_{STA} + 13,168_{TP} + e$$

1. Nilai konstanta sebesar -9,488 menyatakan bahwa jika variabel independen (x) bernilai 0, maka rata-rata nilai PBV sebesar -9,488.
2. Nilai koefisien regresi CETR sebesar 1,695 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai CETR meningkatkan besaran nilai PBV sebesar 1,695.
3. Nilai koefisien regresi KM sebesar -0,655 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai KM meningkatkan besaran nilai PBV sebesar -0,655.
4. Nilai Koefisien regresi STA sebesar 0,703 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai STA meningkatkan besaran nilai PBV sebesar 0,703.
5. Nilai koefisien regresi TP sebesar 13,168 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai TP meningkatkan besaran nilai PBV sebesar 13,168.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji koefisien determinasi

Tabel 9. Hasil uji koefisien determinasi

Variabel Y	Adjusted R Square	Persentase
PBV	0,275	27,5%

Sumber : Hasil olah data,SPSS 25

Hasil koefisien determinasi dalam tabel menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,275 atau 27,5% artinya variabel dependen nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial, *agency cost* dan transparansi sebesar 27,5% pada perusahaan sektor barang konsumen primer tahun 2020-2022. Sedangkan 72,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji parsial (*t*)

Tabel 10. Hasil uji hipotesis

Variabel	β	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	-9,488	0,000	
CETR	1,695	0,040	Diterima
KM	-0,655	0,311	Ditolak
STA	0,703	0,000	Diterima
TP	13,168	0,000	Diterima

Sumber; Hasil olah data,SPSS 25

Dalam metode spss, pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis di dasarkan pada nilai signifikansi (*p value*). Yaitu jika nilai *p value*/signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima. Tabel 10 diatas menunjukkan perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,040 yang berarti hipotesis diterima. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,311 yang berarti hipotesis ditolak. *Agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti hipotesis diterima. Transparansi berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti hipotesis diterima.

Hasil analisis uji moderasi (Macro proses by hayes)

Tabel 11. Hasil uji moderasi

Variabel	β	Sig.	Kesimpulan
CETR*TP	-27,609	0,125	Ditolak

KM*TP	-17,967	0,210	Ditolak
STA*TP	9,401	0,035	Diterima

Sumber: hasil olah data, SPSS 25

Analisis regresi moderasi memiliki tujuan untuk memberi nilai pengukuran dari pengaruh variabel moderasi pada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang memberikan arti memperkuat ataupun memperlemah pengaruhnya (Ghozali, 2016). Dalam metode spss menggunakan macro proses by hayes pengambilan keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis didasarkan pada nilai signifikans

(*p value*). Jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Tabel 11 menunjukkan transparansi memperlemah perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,125 yang berarti hipotesis ditolak. Transparansi memperlemah kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,210 yang berarti hipotesis ditolak. Transparansi mampu memoderasi *agency cost* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang berarti hipotesis diterima.

Diskusi

Perencanaan pajak dan nilai perusahaan

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya hubungan antara perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dikarenakan jumlah kas yang dibayarkan perusahaan untuk membayar kewajiban perpajakannya lebih rendah dari pajak penghasilan badan yang berlaku sehingga laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan akan tinggi dan hal tersebut akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perencanaan pajak yang dilakukan oleh manajemen diperuntukkan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, karena nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan memperhatikan kepuasan dan kemakmuran pemegang saham (Astuti & Fitria, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Marsaid & Pesudo, 2019) dan (Christiani et al., 2022) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa banyak atau sedikit jumlah kepemilikan anggota manajerial tidak akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena proporsi saham yang dimiliki oleh manajer

relatif kecil dan hanya berperan sebagai pemegang saham minoritas di dalam perusahaan sehingga manajer tidak memiliki kendali atas perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasution dkk (2019), Madjar & Triyani (2019), Marhaening & Hartono (2020) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Agency cost dan nilai perusahaan

Hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menyatakan bahwa agency cost berpengaruh terhadap nilai perusahaan. meningkatnya biaya agensi yang diatur dengan baik akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. biaya agensi akan membuat pemilik perusahaan bisa mengawasi kinerja manajer agar sesuai dengan kontrak atau kesepakatan yang terjadi diantara keduanya. Kinerja manajer akan baik dan sesuai dengan aturan sehingga akan memberikan kontribusi yang baik pada kinerja perusahaan yang nantinya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adityamurti dan Ghazali (2017) dan Meganingrum (2018) yang menyatakan bahwa biaya agensi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perencanaan pajak, transparansi, nilai perusahaan

Hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menyatakan bahwa transparansi tidak memoderasi perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena banyaknya informasi yang diungkapkan manajemen dalam laporan tahunan, baik para investor atau pemilik perusahaan mengetahui tentang kondisi perusahaan yang sebenarnya. Dikarenakan pengetahuan investor tentang perencanaan pajak yang masih rendah, investor akan menganggap perencanaan pajak menimbulkan resiko seperti kecurigaan fiskus terhadap perusahaan yang akan menyebabkan pemeriksaan perusahaan dan menimbulkan biaya pemeriksaan yang akan mengurangi laba perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Anggraeni & Mulyani (2020) yang mengemukakan bahwa transparansi tidak dapat memoderasi perencanaan pajak dalam nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial, transparansi, nilai perusahaan

Hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini menyatakan bahwa transparansi tidak mampu memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena banyaknya informasi yang diungkapkan manajemen dalam laporan tahunan investor akan mengetahui besaran proporsi saham dari pihak manajemen. Jumlah kepemilikan saham manajerial yang masih rendah memicu tindakan oportunistik yang dilakukan oleh manajemen yang lebih mementingkan kepentingan pribadi daripada kepentingan pemilik.

Tentunya hal ini menjadi sinyal negatif untuk investor, yang berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yg dilakukan oleh Anggraeni & Mulyani (2020) mengemukakan bahwa transparansi tidak dapat memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Agency cost,transparansi,nilai perusahaan

Hipotesis keenam(H6) dalam penelitian ini menyatakan bahwa transparansi mampu memoderasi agency cost terhadap nilai perusahaan. Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham akan berkurang ketika transparansi tinggi karena manajer tidak dapat menggunakan biaya agensi untuk keuntungan mereka sendiri. Sebaliknya jika transparansi rendah Keberadaan biaya agensi dapat digunakan oleh manajer untuk keuntungan pribadi. Investor akan menerima lebih banyak informasi ketika transparansi tinggi daripada rendah. Keterbukaan informasi perusahaan sangat penting karena nantinya akan menjadi pertimbangan ketika mengambil keputusan bagi pihak investor di luar perusahaan Sehingga *agency cost* yang mungkin timbul di dalam perusahaan dapat dikurangi dengan transparansi (Asa & Utomo, 2019).Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardani & Susilowati 2020) yang mengemukakan bahwa transparansi mampu memoderasi *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan.yang tinggi. Keputusan tentang perusahaan menjadi tanggung jawab manajer dan salah satu cara yang bisa dilakukan manajer untuk menaikkan laba perusahaan adalah dengan melakukan perencanaan pajak. Manajemen melakukan perencanaan pajak dengan tujuan agar beban pajak perusahaan yang harus dibayar rendah sehingga laba setelah pajak menjadi tinggi. Jika laba perusahaan tinggi maka return investasi juga tinggi sehingga akan menjadi daya Tarik bagi investor dan permintaan saham akan meningkat dan tentunya harga saham (nilai perusahaan juga meningkat) (titiek & Nurul 2022).

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa perencanaan pajak dan agency cost berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transparansi sebagai variabel moderasi mampu memoderasi pengaruh agency cost terhadap nilai perusahaan. Namun transparansi tidak mampu memoderasi perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial.

Penelitian ini memberikan implikasi teoritis hasil penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan pemahaman bagi pihak yang berkepentingan mengenai

pengaruh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial, *agency cost* terhadap nilai perusahaan dengan transparansi sebagai pemoderasi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, memperluas objek penelitian seperti pada sektor pertambangan, keuangan dan real estate. Serta menambah atau memperbarui periode pengamatan karena semakin lama interval waktu pengamatan, maka semakin besar juga kesempatan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan dapat melakukan penilaian yang lebih tepat.

REFERENSI

- Adityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Penghindaran Pajak dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12.
- Anggraeni, N. Rosita, & Maylani, S. D. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi. *Kocenin Serial Konferensi No. 1*, 1(1), 1–10.
- Anita, A., & Yulianto, A. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal 5 (1) (2016)*, 15(4), 229–232.²
- Aripin, Bustanul, “Pengaruh Kepemilikan Keluarga, Kepemilikan Institusional, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Biaya Hutang (Cost Of Debt)”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta, 2015.
- Asa, C. R., & Utomo, D. C. (2019). Pengaruh Praktik Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dan Biaya Agensi Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderating (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3).
- Astuti, T. P., & Herawati, N. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan: Dampak Moderasi Dewan Komisaris. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 166-174.
- Agus Harjito dan Martono. 2012. Manajemen Keuangan. Edisi ke-2. Ekonisia, Yogyakarta.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat
- Bernardin, D. E. Y., & Karina, E. (2021). Nilai Perusahaan: Perencanaan Pajak Dan Kepemilikan Manajerial Serta Transparansi Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Financia, Vol. 2 No. 1*.
- Christiani, Y. N., Rane, M. K. D., & Sine, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Among Makarti*, 14(2).
- Dewanata, P., & Achmad, T. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2012-2014). *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 1–7. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 1–26.
- Dian Fachrur, Dan Rika Lidyah. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusi Terhadap Nilai Perusahaan Tambang Batu Bara Yang Terdaftar Di Bei, *Jurnal Stie MDP*
- Diyah, Pujiati, dan Widanar, Erman. 2009. “Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura*, Vol. 12. No.1, h. 71-86
- Fajrin, A., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2013-2016). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Malang*, 54–67.
- Fahmi, U. (2020). Pengaruh Tax Avoidance dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Periode 2016-2018. Skripsi. Universitas Islam Negeri Semarang
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis*. New York, NY: Guilford.
- Hidayat, S. W., & Pesudo, D. A. A. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 367. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21323>
- Ilmiani, A., & Sutrisno, C. R. (2014). Pengaruh Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderating Amalia Ilmiani Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan Catur Ragil Sutrisno Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 30–39.
- Jensen, M. C. (1986). *Journal of Social and Personal Relationship*, 15(6), 755–773.
- Khan, A., Kaleem, A., & Nazir, M. (2012). Impact of Financial Leverage on Agency cost of Free Cash Flow: Evidence from the Manufacturing sector of Pakistan. *Journal of Basic and Applied Scientific ...*, 2(7), 6694–6700. [http://www.textroad.com/pdf/JBASR/J. Basic. Appl. Sci. Res., 2\(7\)6694-6700, 2012.pdf](http://www.textroad.com/pdf/JBASR/J. Basic. Appl. Sci. Res., 2(7)6694-6700, 2012.pdf)
- Kenia Intan. (2021),”sektor barang konsumen melorot 11,29% sejak awal tahun,ini sebabnya”, *investasi.kontan.id*, 21 July.
- Martono, dan Agus Marjito. 2005. *Manajemen Keuangan*. Ekonisia: Yogyakarta
- Meganingrum, N. A. (2018). *Pengaruh Tax Avoidance, biaya agensi, dan kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Muliati, K. (2011). Pengaruh Asimetri Dan Ukuran Perusahaan Pada Praktek Manajemen Laba Di Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. Tesis. Universitas Udayana.
- Marsaid, M. T., & Pesudo, D. A. (2019). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 4(2), 11-24.
- Nadira, E., Silfi, A., & Rusli, R. Pengaruh Perencanaan Pajak, Konservatisme Akuntansi, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Penghasil Bahan Baku Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2021). *The Journal of Taxation: Tax Center*, 3(2), 79-103.
- Nurmalasari, M. R., & Merry Nirmala Yani, N. W. (2021). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 53–62. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3199>
- Novitasari, S., Ratnawati, V., & Silfi, A. (2016). Pengaruh Manajemen Laba, Corporate

- Governance, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1901–1914.
- Nugraha, M. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak, Diponegoro Journal of Accounting. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 4 No 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Nurmawan, M., & Nuritomo, N. (2022). Pengaruh struktur kepemilikan terhadap penghindaran pajak. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* (pp. 5-11).
- Pradnyana, Putra Gede Bagus Ida, Noviari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1398–1425.
- Putri, N. R., & Irawati, W. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Effective Tax Rate terhadap Kebijakan Dividen dengan Likuiditas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 93. <https://doi.org/10.33603/jka.v3i1.1971>
- Purnama, H. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 22-34.
- Putranto, Panji, and Elan Kurniawan. 2018. “Effect of Managerial Ownership and Profitability on Firm Value (Empirical Study on Food and Beverage Industrial Sector Company 2012 To 2015).” *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 10(25).
- Pohan, Chairil Anwar. 2017. *Manajemen Perpajakan*. Jakarta: Kompas Gramedia..
- Prasiwi, K. W. (2015). Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan: Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi. In *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Qodariyah, Silvia L. 2013. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Rahayu, W. (2017). *KEPEMILIKAN MANAJERIAL , DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP AGENCY COST (Studi Pada Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di NPM : Wulan Agni Rahayu*. 2017.
- Ramadhiani, S., & Dewi, S. R. (2021). Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018). *International Journal of Human Computing Studies*, 3(2), 192-202.
- Rahardian, L. (2022) “Duh! Laba GGRM Anjlok 38,37% pada Kuartal I-2022”, [cnbc.com](https://www.cnbcm.com) 28 April.
- Saputra, A. D., Akram, & Sasanti, E. E. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Oleh Transparansi Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Non-Keuangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 57–72. <https://doi.org/10.29303/risma.v1i3.96>
- Sari, D., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak , Struktur Modal Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Moderasi. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 6(1), 1–12.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business (A Skill- Buliding Approach) , (Seventh Edition)*. Unite d Kingdom: Wiley.
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan Pajak*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.

- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business (A Skill-Buliding Approach)*, (Seventh Edition). Unite d Kingdom: Wiley
- Suandy, E. (2011). *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sattar, (2017). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Depublish
- Sartono, A. (2013). *Manajemen Keuangan, Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Bpfe Sudana,I.
- M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktek*. Erlangga. <https://Www.Kajianpustaka.Com/2017/11/Pengertian-Jenis-Dan-Pengukuran- Nilai-Perusahaan.Html>
- Sari, N. M. Y. D. P., & Chabachib, M. (2013). Analisis Pengaruh Leverage, Efektivitas Aset Dan Sales Terhadap Profitabilitas Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Di Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007-2011). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
- Susanti, L., Yuhelmi, Y., & Desiyanti, R. (2016). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan, Size, Dan Insider Ownership Terhadap Price To Book Value (Pbv) Perusahaan Kimia Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 8(2)
- Saputra, A. D., Akram, & Sasanti, E. E. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Oleh Transparansi Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Non-Keuangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 57–72. <https://doi.org/10.29303/risma.v1i3.96>
- Septiawan, I. K. H., & Wirawati, N. G. P. (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Utang Pada Kos Keagenan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(1), 481–508.
- Simarmata, A. P. P., & Cahyonowati, N. (2014). Pengaruh Tax Avoidance Jangka Panjang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Pemoderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/60S47>
- Sitepu, Akbar. (2020). Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). Skripsi Uin Suska Riau.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume X No. 1 / Februari / 2018*. X(1), 21–39.
- Septiawan, I.K.H. & Wirawati, N. G. P. (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Utang pada Kos Keagenan. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.17.1. Oktober (2016): 481-508 ISSN:2302-8556.
- Syafitri, Zerlinda Febry. (2019). Pengaruh Penghindaran Pajak (Tax Avoidance), Biaya Agensi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 8, No. 11. Surabaya: STIESIA.
- Tarida, T.D., & Prasetyo, A.B. (2018). Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dan Biaya Agensi Dengan Tranparansi Informasi Sebagai variabel Pemoderasi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. Vol.16 (2)
- Tambahani, G. D., Sumual, T. E. M., & Kewo, C. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning) dan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 2(2), 142–154. <https://doi.org/10.53682/jaim.v2i2.1359>
- Tina Wang, 2010, *Tax Avoidance, Corporate Transparency, and Firm Value*. University of Texas at Austin.
- Ujiyantho, M.A Dan Bambang, A.P. (2007). *Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan*. Skripsi. Makassar. Universitas Hasanuddin

- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2289>
- Widyastuti, D. R., Wijayanti, A., & Masitoh W, E. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Inovasi*, 18(2), 294–304. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10617>
- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2289>
- Weston, J. Fred Dan Copeland, Thomas E. (2001). *Manajemen Keuangan Jilid I. Edisi Ke-9* Jakarta: Binarupa Aksara
- Yuniarti, R. (2021). Pengaruh Tax Avoidance Dan Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2019. *Skripsi*.
- Yuono, C. A. S., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh perencanaan pajak dan corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(6).