



PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN JASA KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2014 – 2018 DENGAN PERENCANAAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Rheny Afriana Hanif, Fajar Odiatma

Universitas Riau

Email: rhenyafrianaahanif@gmail.com, fajarodiatma90@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the establishment of a company is divided into two including short-term oriented, namely achieving maximum profit in order to prosper the owner of the company and the shareholders and long-term oriented, namely to increase the value of the company. The opinion is actually not substantially different. It's just that the emphasis to be achieved by each company varies from one to another (Harjito in Sukirni, 2012). These goals can be achieved by people who are interested in the company, namely agents, in this case managers and those who feel the impact of the policies implemented are the principal or stakeholders, in this case, investors. One indicator of meeting the interests of stakeholders is the value of the company.

This research aims to test empirically about the effect of the Earnings Management variable on Corporate Value Variable with Tax Planning as a moderating variable. The population in this research is Manufacturing and Financial Services Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2014-2018 with the number of samples research as many as 285 samples.

The results of this research empirically prove that earnings management practices have a significant influence on the value of manufacturing and financial services companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014 - 2018. Furthermore, this research empirically proves that tax planning can moderate the effect of earnings management on the value of manufacturing and



service companies Finance registered on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014-2018.

Tujuan dari berdirinya sebuah perusahaan terbagi atas dua diantaranya *short-term oriented*, yaitu mencapai keuntungan yang maksimal agar dapat memakmurkan pemilik perusahaan dan para pemilik saham dan *long-term oriented*, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Pendapat tersebut sebenarnya secara substantial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dalam Sukirni, 2012). Tujuan tersebut dapat diraih oleh orang-orang yang berkepentingan di perusahaan yaitu *agent* dalam hal ini manajer dan yang ikut merasakan dampak atas kebijakan yang diterapkan adalah *principal* atau *stakeholder* yang dalam hal ini adalah investor. Salah satu indikator terpenuhinya kepentingan dari *stakeholders* adalah nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris tentang pengaruh variabel Manajemen Laba terhadap Variabel Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai variabel moderasi. Populasi pada penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur dan Jasa Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018 dengan jumlah sampel yang diteliti sebanyak 285 sampel.

Hasil penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa praktik Manajemen Laba mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan Jasa Keuangan yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2018. Selanjutnya, penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa Perencanaan Pajak dapat memoderasi pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan Jasa Keuangan yang terdaftar di BEI periode 2014 -2018.

Kata Kunci: Manajemen Laba, Nilai Perusahaan, Perencanaan Pajak.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak sekali perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia saat ini, perusahaan tersebut terus bersaing dalam mengembangkan bisnisnya agar mendapatkan hasil yang terbaik. Setiap perusahaan akan melakukan



berbagai upaya agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan tersebut. Tentunya perusahaan membutuhkan dana yang cukup besar untuk memenuhi upaya-upaya tersebut. Sumber dana sebuah perusahaan selain dari kegiatan operasional perusahaan adalah dana dari investor dengan cara menanamkan modalnya di perusahaan tersebut baik dalam bentuk saham atau lainnya.

Pasar modal merupakan salah satu alat penggerak perekonomian di suatu negara, karena pasar modal merupakan sarana pembentuk modal dan akumulasi jangka panjang yang diarahkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penggerakan dana guna menunjang pembiayaan pembangunan nasional. Pasar modal juga merupakan representasi penilaian dalam dunia usaha seperti perusahaan di suatu negara, karena hampir semua industri di suatu negara terwakili oleh pasar modal (Darwati, Suli dan Nanda Trio Santoso, 2015). Pasar modal tersebut akan sangat memudahkan investor untuk memilih berbagai pilihan investasi yang tersedia sesuai dengan preferensi mereka, apakah itu *high risk-high return* atau *low risk-low return*, ataupun yang lainnya.

Investasi merupakan kegiatan mengembangkan harta kekayaan dengan cara-cara tertentu yang mengakibatkan keuntungan ataupun resiko. Bagi investor selaku yang menanamkan modalnya pasti selalu mengharapkan *return* atau pengembalian dalam bentuk keuntungan yang maksimal. Jika investor mendapatkan hal tersebut, pastinya akan menarik minat calon investor lainnya untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, maka semakin banyak dana yang diperoleh perusahaan sehingga pembiayaan operasional perusahaan tidak ada kendala dan peristiwa ini dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Tujuan dari berdirinya sebuah perusahaan terbagi atas dua diantaranya *short-term oriented*, yaitu mencapai keuntungan yang maksimal agar dapat memakmurkan pemilik perusahaan dan para pemilik saham dan *long-term oriented*, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Pendapat tersebut sebenarnya secara substantial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dalam Sukirni, 2012). Tujuan tersebut dapat diraih oleh orang-orang yang berkepentingan di perusahaan yaitu *agent* dalam hal ini manajer dan yang ikut merasakan dampak atas kebijakan yang diterapkan



Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

adalah *principal* atau *stakeholder* yang dalam hal ini adalah investor. Salah satu indikator terpenuhinya kepentingan dari *stakeholders* adalah nilai perusahaan.

Terjadinya perubahan tinggi dan tendahnya harga saham merupakan suatu fenomena yang banyak diperbincangkan oleh investor ataupun yang akan menjadi investor. Biasanya harga saham sangat dipengaruhi oleh laba atau ruginya perusahaan yang merupakan efek dari kinerja perusahaan. Seperti halnya saham PT Bakri & Brothers Tbk (BNBR) yang dikabarkan dalam www.cnbcindonesia.com anjlok sebesar 90% pada akhir 2018 dari harga per lembar saham Rp. 500 menjadi Rp. 50. Finance.detik.com mencatat bahwa Direktur Utama BNBR yaitu Bobby Gafur Umar mengakui bahwa kinerja keuangan perusahaan sangat buruk. Akibatnya pelaku pasar memiliki anggapan negatif akan saham BNBR. Beliau juga mengatakan bahwa yang menjadi sentimen buruk perusahaan adalah utang perusahaan apalagi ditambah dengan efek selisih kurs. Pendapatan bersih BNBR sempat mengalami pertumbuhan, namun beban pokok pendapatan juga naik sehingga laba yang dihasilkan tidak optimal. Di sini dapat dilihat ketika beban suatu perusahaan tinggi maka laba yang dihasilkan akan kecil, sehingga dividen yang didistribusikan ke investor juga sedikit dan hal ini menyebabkan nilai perusahaan akan turun karena investor merasa dirugikan.

Ketika laba perusahaan naik maka nilai saham juga akan naik seperti yang terjadi pada PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) yang mengumumkan peningkatan kinerja operasi, penjualan dan keuangan pada 2018. Perusahaan mencatat pertumbuhan laba bersih tahun berjalan mencapai 541% menjadi Rp. 874,42 M dibanding dengan capaian laba bersih 2017 sebesar 136,50 M. Perusahaan Antam ini mengatakan bahwa pertumbuhan laba bersih yang positif terutama disebabkan pertumbuhan signifikan kinerja produksi dan penjualan komoditas utama Antam, serta peningkatan efisiensi yang berujung pada stabilnya level biaya tunai operasi Antam. Dari pernyataan ini dapat dikatakan bahwa Antam telah mampu mengefisienkan biaya operasi sehingga menciptakan laba yang tinggi sehingga maka perusahaan naik. Akibat dari hal tersebut, tentunya banyak sekali investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya di PT Antam. Tercatat bahwa Antam mengalami pertumbuhan jumlah investor sebesar 27,68% dari 36.877 investor menjadi 47.085 pada akhir 2018. Begitu juga dengan harga saham yang mengalami kenaikan dari Rp. 765 per



Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

lembar saham akhir Desember 2018 menjadi Rp. 1.015 per lembar saham di akhir Februari 2019 (sumber: finance.detik.com).

Tidak hanya karena kinerja keuangan yang baik ataupun buruk, harga saham juga dapat dipengaruhi oleh kontrol perusahaan, seperti halnya harga saham Facebook baru-baru ini. Berita terhangat dalam bulan Maret 2019 ini adalah aksi teror di Selandia Baru. Facebook terkena efek atas kejadian ini karena telah menyiarkan secara langsung kejadian penembakan di Selandia Baru. Banyak sekali *netizen* yang bertanya-tanya akan regulasi dan pengawasan dari Facebook sendiri sehingga hal ini dapat terjadi. Akibat dari peristiwa ini, saham Facebook sempat turun 5% ke level terendah dalam tiga bulan terakhir pada hari Jumat, 15 Maret 2019. Pada perdagangan hari yang sama, saham Facebook ditutup turun 2,46% (sumber: CNBC Indonesia Senin 18/03/2019).

Berbagai cara dilakukan oleh manajer agar perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaannya yang ditandai dengan adanya pemantapan pengendalian internal perusahaan dan yang paling penting adalah penekanan biaya pada sektor produksi dan sektor lainnya agar dapat meminimalkan pengeluaran perusahaan, karena semakin sedikit biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka laba yang diperoleh semakin tinggi. Hal tersebut mendorong pihak.

Manajemen laba atau *earning management* adalah tindakan yang dilakukan manajemen yang berupa campur tangan dalam proses penyusunan laporan keuangan dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraannya secara personal ataupun untuk meningkatkan nilai perusahaan (Widyaningdyah, 2001). Gumanti (2000) menyatakan bahwa manajemen laba atau *earning management* diduga dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang mereka lakukan. Perlu diketahui bahwa *earning management* atau manajemen laba ini tidak selalu dikaitkan dengan sebuah upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih cenderung dikaitkan dengan pemilihan model akuntansi (*accounting methods*) untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena memang diperkenankan menurut *accounting regulations*. Jika perusahaan berada dalam suatu kondisi dimana manajemen tidak bisa merealisasikan hal yang telah diekspektasikannya atau dalam hal ini tidak dapat mencapai target



laba yang ditentukan, maka manajer akan melakukan modifikasi laba yang masih sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Manajemen termotivasi untuk memperlihatkan kinerja yang baik dalam menghasilkan keuntungan maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen cenderung memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memberikan informasi laba yang lebih baik (Halim, dkk 2005).

Namun, hal sebaliknya di ungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Healy dan Wahlen (dalam Theresia, 2005) yang menjelaskan bahwa *earning management* merupakan upaya manajemen untuk mengubah laporan keuangan yang memiliki tujuan menyesatkan pemegang saham yang ingin mengetahui kinerja perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang mengandalkan angka-angka akuntansi yang dilaporkannya. Hal tersebut dikarenakan adanya konflik keagenan yang mengakibatkan laba yang dilaporkan semu, sehingga mengakibatkan rendahnya kualitas laba dimana dampaknya akan menurunkan nilai perusahaan. *Agency theory* (teori agensi) memiliki asumsi bahwa masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan pribadi sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara pihak *agent* dan *principal*. Pihak *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain memperoleh kompensasi atau bonus (sifat *opportunistic* manajemen). Sedangkan pada pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat, hal inilah yang dimaksudkan dengan konflik keagenan.

Selain pemilihan metode akuntansi yang berdampak pada penurunan beban usaha perusahaan, praktik manajemen laba juga dapat diperkuat dengan melakukan perencanaan pajak. Perencanaan pajak (*Tax Planning*) merupakan tindakan yang dilakukan wajib pajak untuk meminimalkan kewajiban pajak yang akan dibayarkan dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan atau celah (*loopholes*) dalam aturan perpajakan yang sudah jelas diatur oleh undang-undang (Suandy, 2016). Salah satu biaya yang ditekan oleh perusahaan adalah biaya untuk pembayaran pajak perusahaan. Menurut Ery Suandy (2016:6), jika biaya pajak besar maka akan menurunkan laba setelah pajak (*after tax profit*), tingkat pengembalian (*rate of return*), dan arus kas (*cash flow*), sehingga perusahaan akan berupaya untuk membayar pajak yang rendah dengan berbagai cara. Leon Yudkin (dalam Zain, 2008) mengatakan bahwa wajib pajak

Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

selalu berusaha untuk membayar pajak terutang sekecil mungkin, sepanjang hal itu dimungkinkan oleh ketentuan perundang-undangan perpajakan. Hal utama yang harus dilakukan wajib pajak dalam melakukan perencanaan pajak adalah mempelajari, memahami, dan menerapkan peraturan dan perundang-undangan perpajakan yang berlaku sampai dengan hal-hal yang sangat sederhana seperti menyiapkan semua data yang diperlukan dan format penyajiannya, memperhatikan setiap pembayaran dan pelaporan pajak setiap masa pajak dan setiap akhir tahun pajak, serta mengawasi rekonsiliasi laporan keuangan komersial dan fiskal.

Ketika menerapkan perencanaan pajak, ada perusahaan yang menggunakan cara penghindaran pajak (*tax avoidance*) serta penggelapan pajak (*tax evasion*). Kedua hal tersebut bukanlah hal yang sama, perbedaan yang utama terletak pada sisi legalitasnya. Pemerintah dalam hal ini melalui Direktorat Jenderal Pajak tidak dapat melakukan penuntutan secara hukum, karena pelaku perencanaan pajak memanfaatkan celah yang belum diatur dalam undang-undang perpajakan. Penggelapan pajak menggunakan cara-cara yang tidak diizinkan oleh ketentuan undang-undang yang berlaku. Sedangkan penghindatan pajak dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan. Dengan demikian, manajer harus berhati-hati ketika ingin melakukan perencanaan pajak, agar tindakan yang diambil tidak dikategorikan sebagai tindakan yang melanggar peraturan sebab jika melanggar, maka hal ini termasuk dalam tindakan pidana fiskal.

Perencanaan pajak merupakan salah satu fungsi manajemen keuangan melalui fungsi perencanaannya. Perencanaan pajak perlu dilaksanakan supaya wajib pajak mampu melunasi utang pajak yang dimiliki secara efisien dan efektif. Pengelolaan pajak disebut efektif jika 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. Dengan melunasi pajak secara efisien dan efektif maka akan diperoleh laba setelah pajak yang lebih tinggi dan akan menaikkan nilai perusahaan.

Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

Google Asia Pasific Pte Ltd atau yang sering disebut Google melakukan strategi penghindaran pajak dengan cara *tax planning*. Metode *tax planning* yang dilakukan oleh Google adalah dengan pemanfaatan syarat *physical presence*. Google memiliki anak usaha di Singapura yang mengatur bisnis di sekitar Asia, sedangkan di Indonesia, Google hanya membangun kantor *marketing representative* yang berperan sebagai penunjang dan pelengkap. Dengan klasifikasi seperti itu tidak dapat diklasifikasikan sebagai BUT, akibatnya negara akan kesulitan untuk mengejar pajak perusahaan tersebut atas penghasilan yang didapatkan dari Indonesia (sumber: finance.detik.com). Dengan melakukan hal ini, Google dapat menekan pengeluaran biaya pajak serta menaikkan laba yang diperoleh.

Tidak hanya perusahaan yang diuntungkan tetapi pemegang saham (investor) selaku pemilik modal dari perusahaan merasakan dampak positif dengan adanya perencanaan pajak. Pemegang saham tentunya ingin manajemen melakukan perencanaan pajak untuk hasil yang positif dan bermanfaat bagi kelangsungan perusahaan. Pemegang saham membutuhkan perencanaan pajak dalam jumlah yang tepat dengan memperhatikan *cost* dan *benefit* dari tindakan tersebut. Namun, hubungan antara perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan masih menuai banyak perdebatan, hal ini dikarenakan ada penelitian yang menyebutkan bahwa perencanaan pajak memiliki hubungan positif dan ada juga penelitian lain yang menyebutkan perencanaan pajak memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan.

Hubungan positif menandakan bahwa semakin tinggi perencanaan pajak maka nilai perusahaan akan meningkat. Perencanaan pajak dalam hal ini digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham bukan untuk keperluan pribadi manajemen. Hasil penelitian Desai dan Dharmapala (2009) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan apabila perusahaan tersebut memiliki tata kelola yang tinggi. Begitu juga dengan Penelitian Nanik Lestari (2014) yang mengatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham bukan untuk kepentingan pribadi. Nilai perusahaan akan tinggi jika perusahaan memperhatikan kepuasan dan kemakmuran pemegang sahamnya.



Begitu juga sebaliknya, jika terdapat hubungan negatif berarti semakin tinggi perencanaan pajak yang dilakukan maka nilai perusahaan akan turun. Menurut penelitian Wahab & Holland (2012), perencanaan memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan. Hubungan negatif antara perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh lemahnya tata kelola perusahaan sehingga manajemen berperilaku oportunistik (mementingkan kepentingan sendiri dibandingkan dengan kepentingan pemegang saham). Winanto dan Widayat (2013) mengatakan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan adanya biaya bisa saja timbul dari aktivitas perencanaan pajak ini berupa *agency cost*. Di mana *agency cost* ini muncul akibat adanya kepentingan pribadi dari manajemen yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Dari perspektif *agency theory*, bahwa melalui aktivitas perencanaan pajak dapat memfasilitasi kepentingan manajerial untuk melakukan tindakan *oportunistik* 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.

Berdasarkan pemaparan pada di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa Keuangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Perpajakan

2.1.1 Definisi Pajak

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No 6 Tahun 1983 7h tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana perubahan terakhir menjadi Undang-undang Republik Indonesia No 16 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Definisi pajak yang dikemukakan oleh beberapa ahli dalam Agoes dan Trisnawati (2019:6) adalah sebagai berikut :



- 1) Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal-balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.
- 2) Menurut Prof. Dr. P.J.A Andriani, pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.
- 3) Menurut Prof. Dr. MJH. Smeets, pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan secara individual; maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah.

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya;
- b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah;
- c. Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun daerah;
- d. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membiayai *public investment*; dan
- e. Pajak dapat pula membiayai tujuan yang tidak bujeter, yaitu fungsi mengatur.

2.1.2 Jenis Pajak

Menurut Agoes dan Trisnawati (2019:7) pajak dapat dibagi menjadi beberapa menurut golongannya, sifatnya, dan lembaga pemungutnya.

1. Menurut sifatnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
 - a. Pajak langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan oleh pihak lain dan menjadi beban langsung Wajib



- Pajak (WP) yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH).
- b. Pajak tidak langsung pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada pihak lain. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
2. Menurut sasaran/objeknya, pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
- a. Pajak Subjektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya yang dilanjutkan dengan mencari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri WP. Contoh: PPh.
 - b. Pajak Objektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objek tanpa memperhatikan kendaraan diri WP. Contohnya: PPN, PPnBM, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Materai (BM).
3. Menurut pemungutnya, pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:
- a. Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah pusat. Contohnya: PPh, PPN, PPnBM, PBB, dan BM.
 - b. Pajak Daerah yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga pemerintah daerah. Contohnya: Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Restoran, dan Pajak Kendaraan Bermotor

2.1.3 Fungsi Pajak

Menurut Wirawan B. Ilyas dan Richard Burton (2004:8), pajak memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Fungsi *budgetair*, disebut juga fungsi fiskal, yaitu fungsi untuk mengumpulkan uang pajak sebanyak-banyaknya sesuai Undang –Undang berlaku yang pada waktunya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.
- 2) Fungsi *regulerend* merupakan fungsi dimana pajak-pajak akan digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya di luar bidang keuangan. Pajak digunakan sebagai alat kebijaksanaan.



- 3) Fungsi demokrasi yaitu fungsi yang merupakan salah satu penjelmaan atau wujud sistem gotong-royong, termasuk kegiatan pemerintah dan pembangunan demi kemaslahatan manusia. Fungsi ini sering dikaitkan dengan hak seseorang untuk mendapatkan pelayanan dari pemerintah apabila ia telah melaukan kewajibannya membayar pajak, bila pemerintah tidak memberikan pelayanan yang baik, pembayar pajak bisa melakukan protes.
- 4) Fungsi distribusi yaitu fungsi yang lebih menekankan pada unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat.

1.2. Perencanaan Pajak

1.2.1 Manajemen Pajak

Didalam Suandy (2011:6) menyatakan Upaya dalam melakukan penghematan pajak secara legal dapat dilakukan melalui manajemen pajak. Namun perlu diingat bahwa legalitas manajemen pajak tergantung dalam instrumen yang di pakai. Legalitas baru dapat diketahui secara pasti setelah ada putusan pengadilan.

Menurut (Sophar Lumbantoruan,1996) manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan (Suandy, 2011:6).

Menurut Pohan (2013:13) manajemen pajak adalah usaha menyeluruh yang dilakukan *tax manajer* dalam suatu perusahaan atau organisasi agar hal-hal yang berhubungan dengan perpajakan dari perusahaan atau organisasi tersebut dapat dikelola dengan baik, efisien, dan ekonomis, sehingga memberi kontribusi maksimum bagi perusahaan.

Menurut Suandy (2011:6) Tujuan manajemen pajak dapat dibagi menjadi dua sebagai berikut:

1. Menerapkan peraturan perpajakan secara benar.
2. Usaha efisiensi untuk mencapai laba dan likuiditas seharusnya.

Tujuan manajemen pajak menurut Suandy (2011:6) dapat dicapai melalui fungsi-fungsi manajemen pajak yang terdiri atas:

1. Perencanaan pajak (*tax planning*)
2. Pelaksanaan kewajiban perpajakan (*tax implementation*)
3. Pengendalian pajak (*tax control*)



2.2.2 Pengertian Perencanaan Pajak

Didalam Suandy (2011:6-7) menjelaskan perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak (*tax planning*) adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak. Hal ini dapat dilihat dari dua definisi perencanaan pajak (*tax planning*):

1. *Tax Planning is the systematic analysis of deferring tax options aimed at the minimization of tax liability in current and future tax periods* (Crumbley D. Larry, Friedman Jack P., Anders Susan B., 1994).
2. *Tax Planning is arrangements of a person's business and/or private affairs in order to minimize tax liability* (Lyons Susan M., 1996).

Menurut Pohan (2013) perencanaan pajak (*tax planning*) merupakan aktivitas yang melakukan analisa secara sistematis atas berbagai alternatif perlakuan perpajakan dengan tujuan untuk mencapai pemenuhan kewajiban perpajakan secara minimum.

Menurut Zain (2011) perencanaan pajak adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak atau kelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang pajaknya, baik wajib penghasilan maupun pajak-pajak lainnya, berada dalam posisi yang paling minimal sepanjang hal ini dimungkinkan oleh ketentuan perundang-undangan perpajakan maupun secara komersial.”

Menurut Hoffman (1961) perencanaan pajak adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh wajib pajak (WP) untuk menyusun aktivitas keuangan guna mendapat pengeluaran (beban) pajak yang minimal. Secara teoritis *tax planning* dikenal sebagai *effective tax planning*, yaitu seorang wajib pajak berusaha mendapat penghematan pajak (*tax saving*) melalui prosedur penghindaran pajak (*tax avoidance*) secara sistematis sesuai ketentuan UU perpajakan.

2.2.3 Manfaat Perencanaan Pajak

Pohan (2013:20) menjelaskan manfaat *tax planning* itu sendiri adalah:

1. Penghematan kas keluar, karena pajak yang merupakan unsur biaya dapat dikurangi.
2. Mengatur aliran kas masuk dan keluar (*cash flow*), karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diestimasi kebutuhan kas untuk



pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat.

2.2.4 Tujuan Perencanaan Pajak

Suandy (2011:7) menyatakan jika tujuan perencanaan pajak adalah merekayasa agar beban pajak (*tax burden*) dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada tetapi berbeda dengan tujuan pembuat undang-undang, maka perencanaan pajak disini sama dengan *tax avoidance* karena secara hakikat ekonomis keduanya berusaha untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak (*after tax return*) karena pajak merupakan unsur pengurang laba yang tersedia, baik untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk diinvestasikan kembali.

Menurut Pohan (2013:21) secara umum tujuan pokok yang ingin dicapai dari perencanaan pajak yang baik adalah:

1. Meminimalisasi beban pajak terutang
2. Memaksimalkan laba setelah pajak
3. Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus
4. Memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien, dan efektif, sesuai dengan ketentuan perpajakan

Dijelaskan oleh Suandy (2011:10) untuk mencapai tujuan perencanaan pajak dalam manajemen pajak ada dua hal yang perlu dikuasai dan dilaksanakan, antara lain sebagai berikut:

1. Memahami ketentuan peraturan perpajakan.
Dengan mempelajari peraturan perpajakan seperti Undang-Undang, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, Keputusan Dirjen Pajak, dan Surat Edaran Dirjen Pajak dapat diketahui peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menghemat beban pajak.
2. Menyelenggarakan pembukuan yang memenuhi syarat.
Pembukuan merupakan sarana yang sangat penting dalam penyajian informasi dasar dalam menghitung besarnya jumlah pajak terutang. Mengingat pentingnya pembukuan maka pasal 28 ayat 1 Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, telah menetapkan bahwa wajib pajak orang



Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan wajib pajak badan di Indonesia wajib melakukan pembukuan.

a. Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Perencanaan Pajak

Setidak-tidaknya terdapat tiga hal yang harus diperhatikan dalam suatu perencanaan pajak (Suandy, 2011:9) sebagai berikut:

1. Tidak melanggar ketentuan perpajakan.
Bila suatu perencanaan pajak dipaksakan dengan melanggar ketentuan perpajakan, bagi wajib pajak merupakan risiko pajak yang sangat berbahaya dan justru mengancam keberhasilan perencanaan pajak tersebut.
2. Secara bisnis masuk akal, karena perencanaan pajak merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perencanaan menyeluruh (*global strategy*) perusahaan, baik jangka panjang maupun jangka pendek.
Oleh karena itu, perencanaan pajak yang tidak masuk akal akan memperlemah perencanaan itu sendiri.
3. Bukti-bukti pendukungnya memadai, misalnya dukungan perjanjian (*agreement*), faktur (*invoice*), dan juga perlakuan akuntansinya (*accounting treatment*).

b. Tahapan Dalam Membuat Perencanaan Pajak

Dalam arus globalisasi dan tingkat persaingan yang semakin tinggi, seorang manajer dalam membuat suatu perencanaan sebagaimana strategi perencanaan perusahaan secara keseluruhan harus memperhitungkan adanya kegiatan yang bersifat lokal maupun internasional. Maka, menurut Suandy (2011:13) agar perencanaan pajak dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan, maka rencana itu seharusnya dilakukan melalui berbagai urutan tahap-tahap berikut ini:

1. Menganalisis informasi yang ada
Tahap pertama dari proses pembuatan perencanaan pajak adalah menganalisis komponen yang berbeda atas pajak yang terlibat dalam suatu proyek dan menghitung seakurat mungkin beban pajak yang harus ditanggung.
2. Membuat satu model atau lebih rencana kemungkinan besarnya pajak.
3. Mengevaluasi pelaksanaan rencana pajak.



Perencanaan pajak sebagai suatu perencanaan yang merupakan bagian kecil dari seluruh perencanaan strategis perusahaan, oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana hasil pelaksanaan suatu perencanaan pajak terhadap beban pajak, perbedaan laba kotor, dan pengeluaran selain pajak atas berbagai alternatif perencanaan (Suandy, 2011:23).

4. Mencari kelemahan dan kemudian memperbaiki kembali rencana pajak
Akan sangat membantu jika pembuatan suatu rencana disertai dengan gambaran atau perkiraan berapa peluang kesuksesan dan berapa laba potensial yang akan diperoleh jika berhasil maupun kerugian potensial jika terjadi kegagalan (Suandy, 2011:25)
5. Memuktahirkan rencana pajak (Barry Spitz, 1983).
Pemuktahiran dari suatu rencana adalah konsekuensi yang perlu dilakukan sebagaimana dilakukan oleh masyarakat dinamis. Dengan memberikan perhatian terhadap perkembangan yang akan datang maupun situasi yang terjadi saat ini, seorang manajer akan mampu mengurangi akibat yang merugikan dari adanya perubahan, dan pada saat yang bersamaan mampu mengambil kesempatan untuk memperoleh manfaat yang potensial.

2.2.5 Jenis-Jenis Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2011:118) perencanaan pajak dapat dibagi menjadi dua sebagai berikut:

1. Perencanaan pajak nasional (*national tax planning*)
Sebelum melakukan suatu perencanaan pajak domestik (*national tax planning*), diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai maksud dan tujuan dari undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku, teori dan praktik akuntansi yang berlaku, serta praktik administrasi perpajakan.
2. Perencanaan pajak internasional (*international tax planning*)
Berbicara tentang perencanaan pajak internasional tidak terlepas dari perusahaan multiinternasional. Tujuan utama didalam perusahaan multiinternasional sebagaimana dibanyak perusahaan, selalu ingin meminimumkan biaya-biaya dan pajak. Namun, pengertian minimalisasi total biaya pajak grup yang telah dibayar melalui masing-masing negara



Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

dimana anggota grup tersebut berada. Setiap anggota grup tentunya membayar pajak sesuai hukum yang berlaku dan transfer yang dilakukan harus bersifat legal.

Suandy (2011:118) menyatakan dalam melakukan perencanaan pajak, baik nasional maupun internasional, yang sering dilakukan adalah dengan melakukan hal berikut ini:

1. Penghindaran tarif pajak tertinggi, baik dengan memanfaatkan bunga, investasi, maupun arbitrase kerugian (*losses arbitrage*).
2. Percepat pengakuan pendapatan (terutama untuk PPN).
3. Alokasi pajak ke beberapa wajib pajak maupun tahun pajak
4. Penangguhan pembayaran pajak.
5. *Tax exclusive maximization* (misalnya dengan pengaturan tempat melakukan jasa).
6. Transformasi pendapatan yang terkena pajak ke pendapatan yang tidak terkena pajak.
7. Transformasi beban yang tidak boleh dikurangi pajak ke beban-beban yang boleh dikurangi pajak.
8. Penciptaan maupun percepatan beban-beban yang boleh dikurangi pajak.

2.3 Nilai Perusahaan

2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan perusahaan, sejak perusahaan tersebut berdiri. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu prestasi yang diinginkan oleh pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka meningkat pula kesejahteraan pemilik perusahaan.

Dalam Herawati dan Ekawati (2016), Martono dan Harjito berpendapat bahwa memaksimalkan nilai perusahaan disebut sebagai memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (*stakeholder wealth maximation*) yang dapat diartikan juga sebagai memaksimalkan harga saham biasa dari perusahaan (*maximizing the price of the firm's common stock*). Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan juga sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga jika harga saham suatu perusahaan naik, maka



nilai perusahaan juga naik. Bagi pemegang saham, memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Harmono (2011:233) juga menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan dimata pelanggannya.

2.3.2 Teknik Pengukuran Nilai Perusahaan

Dijelaskan oleh Harmono (2011), pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan:

1. Harga saham

Harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang ditentukan berdasarkan harga penutupan atau *closing price* di bursa pada hari yang bersangkutan. Harga penutupan merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan diakhir perdagangan. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula.

2. Tobin's Q Ratio

Sudiyatno dan Puspitasari (2010) menjelaskan Tobin's q telah digunakan khusus oleh perusahaan manufaktur untuk menjelaskan sejumlah fenomena perusahaan yang beragam. Hal ini mensyaratkan mengenai:

- a. Perbedaan *cross-sectional* dalam pengambilan keputusan investasi dan diversifikasi
- b. Hubungan antara kepemilikan ekuitas manajer dan nilai perusahaan
- c. Hubungan antara kinerja manajer dan keuntungan penawaran tender, peluang investasi dan tanggapan penawaran tender
- d. Pembiayaan, dividen, dan kebijakan kompensasi (Chung and Pruitt, 1994: Wolfe and Sawaia, 2003)

Tobin's q adalah gambaran statistik yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor, seperti dalam definisi yang telah dijelaskan bahwa Tobin's q merupakan nilai pasar dari *firm's assets and replacement value of those assets*. Tobin's q didasarkan pada pandangan bahwa nilai pasar modal merupakan nilai keseluruhan modal terpasang dan insentif yang diinvestasikan.



3. PBV (*Price to book value*)

PBV (*Price to book value*) merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham terhadap nilai bukunya. Menurut Mardiyati, dkk (2012) PBV (*Price to book value*) merupakan hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

PBV digunakan sebagai proksi, karena keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi dipasar modal. Melalui PBV investor juga dapat memprediksi saham-saham yang *overvalued and undervalued*. keuntungan penggunaan PBV:

- a. PBV menghasilkan nilai yang relatif stabil yang dapat dibandingkan dengan harga pasar.
- b. PBV memberikan standar akuntansi yang konsisten di seluruh perusahaan, rasio harga nilai buku dapat dibandingkan dengan perusahaan yang serupa.
- c. Rasio PBV dapat mengevaluasi perusahaan dengan pendapatan negatif yang tidak dapat dinilai dengan menggunakan rasio PER.

2.3.3 Teori Keagenan (*Theory Agency*)

Teori keagenan menjelaskan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak antara satu orang atau lebih (*principal*) yang mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen and Meckling, 1976). Sebagai *agent*, manajer bertanggungjawab untuk memaksimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh *fee* sesuai kontrak.

Fakta yang mendasar pada teori keagenan adalah para manajer tujuan pribadi yang berlawanan dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Para manajer yang diberi kekuasaan oleh para pemilik untuk membuat keputusan, yang nantinya dapat menimbulkan potensi konflik kepentingan. Teori ini mengasumsikan bahwa pemilik (*principal*) tidak memiliki informasi yang cukup terhadap kinerja *agent*. *Agent* yang memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara menyeluruh dibandingkan dengan *principal*. Ketidakseimbangan informasi yang disebut sebagai asimetri informasi inilah yang dapat dimanfaatkan *agent* untuk memaksimalkan dirinya dengan menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui oleh *principal*.

Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara pemilik dan manajer sebagai *principal dan agent* mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada pemilik, terutama hal yang berhubungan dengan pengukuran kinerja manajer. Asimetri informasi ini mengakibatkan terjadinya *moral hazard* yaitu usaha dari manajemen (*management effort*) untuk melakukan *earnings management*.

Ada tiga asumsi yang melandasi teori keagenan (Darmawati et al., 2005) yaitu:

1. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia mempunyai sifat mementingkan diri sendiri, memiliki keterbatasan (*bounded rationality*) dan tidak menyukai risiko.
2. Asumsi keorganisasian menekankan tentang adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria efektivitas, dan adanya adanya asimetri informasi antara *principal dan agent*.
3. Asumsi informasi mengemukakan bahwa informasi dianggap sebagai komoditi yang dapat diperjualbelikan.

2.4 Manajemnen Laba

Manajemen laba merupakan aktivitas manajerial untuk “mempengaruhi” laporan keuangan baik dengan cara memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan cara pemilihan metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi berterima umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan. (Aditama, 2014).

Munculnya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen dilandasi oleh dua teori, yaitu *agency theory* (teori keagenan) dan *positive accounting theory* (teori akuntansi positif). Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak di mana satu atau lebih *principal* (pemilik) menggunakan pihak lain atau *agent* (manajer) untuk menjalankan perusahaan. Dalam teori keagenan, yang dimaksud dengan *principal* adalah pemegang saham atau pemilik yang menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan. *Agent* adalah manajemen yang memiliki kewajiban yang mengelola perusahaan sebagaimana yang telah diamanahkan *principal* kepadanya.

Teori yang dipelopori oleh Watts dan Zimmerman (1986) memaparkan bahwa faktor-faktor ekonomi tertentu bisa dikaitkan dengan perilaku manajer



atau para pembuat laporan keuangan. Anis dan Imam (2003) dalam Januarti (2003) menyatakan bahwa teori akuntansi positif merupakan bagian dari teori keagenan. Hal ini dikarenakan akuntansi teori positif mengakui adanya tiga hubungan keagenan, yaitu (Watts dan Zimmerman, 1986):

1. The Bonus Plan Hypothesis

Pada perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer akan cenderung menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat mempermainkan besar kecilnya angka-angka akuntansi dalam laporan keuangan. Hal ini dilakukan supaya manajer dapat memperoleh bonus yang maksimal setiap tahun, karena keberhasilan kinerja manajer diukur dengan besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan.

2. The Debt to Equity Hypothesis (Debt Covenant Hypothesis)

Hipotesis ini berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi perusahaan di dalam perjanjian utang (debt covenant). Sebagian besar perjanjian utang mempunyai syarat-syarat yang harus dipenuhi peminjam selama masa perjanjian. Ketika perusahaan mulai terancam melanggar perjanjian utang, maka manajer perusahaan akan berusaha untuk menghindari terjadinya perjanjian utang tersebut dengan cara memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba. Pelanggaran terhadap perjanjian utang dapat mengakibatkan sanksi yang pada akhirnya akan membatasi tindakan manajer dalam mengelola perusahaan. Oleh karena itu, manajemen akan meningkatkan laba (melakukan income increasing) untuk menghindari atau setidaknya menunda pelanggaran perjanjian.

3. The Political Cost Hypothesis

Scott (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang berhadapan dengan biaya politik, cenderung melakukan rekayasa penurunan laba dengan tujuan untuk meminimalkan biaya politik yang harus mereka tanggung. Biaya politik mencakup semua biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan terkait dengan regulasi pemerintah, subsidi pemerintah, tarif pajak, tuntutan buruh dan lain sebagainya.

Scott (2000) dalam Aditama dan Purwningsih (2014) mengemukakan bahwa terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba, yaitu motivasi bonus, motivasi kontraktual lainnya, motivasi



politik, motivasi pajak, pergantian CEO, Initial Public Offering, dan pemberian informasi kepada investor. Berikut ini akan diuraikan setiap motivasi dari praktik manajemen laba:

a. Motivasi Bonus (Bonus Purpose)

Perusahaan berusaha memacu dan meningkatkan kinerja karyawan (dalam hal ini manajemen) dengan cara menetapkan kebijakan pemberian bonus setelah mencapai target yang ditetapkan. Sering kali laba dijadikan sebagai indikator dalam menilai prestasi manajemen dengan cara menetapkan tingkat laba yang harus dicapai dalam periode tertentu. Oleh karena itu, manajemen berusaha mengatur laba yang dilaporkan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterimanya.

b. Motivasi Kontraktual Lainnya (Other Contractual Motivation)

Manajer memiliki dorongan untuk memilih kebijakan akuntansi yang dapat memenuhi kewajiban kontraktual termasuk perjanjian utang yang harus dipenuhi karena bila tidak perusahaan akan terkena sanksi. Oleh karena itu, manajer melakukan manajemen laba untuk memenuhi perjanjian utangnya.

c. Motivasi Politik (Political Motivation)

Perusahaan besar dan industry strategic akan menjadi perusahaan monopoli. Dengan demikian, perusahaan melakukan manajemen laba untuk menurunkan visibility-nya dengan cara menggunakan prosedur akuntansi untuk menurunkan laba bersih yang dilaporkan.

d. Motivasi Pajak (Taxation Motivation)

Manajemen termotivasi melakukan praktik manajemen laba untuk mempengaruhi besarnya pajak yang harus dibayar perusahaan dengan cara menurunkan laba untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar.

e. Pergantian CEO (Chief Executive Officer)

Motivasi manajemen laba akan ada di sekitar waktu pergantian CEO. CEO yang akan diganti melakukan pendekatan strategi dengan cara memaksimalkan laba supaya kinerjanya dinilai baik.

f. Initial Public Offering (IPO)

Perusahaan yang pertama kali akan go public belum memiliki nilai pasar. Oleh karena itu, manajemen akan melakukan manajemen laba pada laporan keuangannya dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

g. Pemberian Informasi Kepada Investor (Communicate Information to Investors)



Manajemen melakukan manajemen laba agar laporan keuangan perusahaan terlihat lebih baik. Hal ini dikarenakan kecenderungan investor untuk melihat laporan keuangan dalam menilai suatu perusahaan. Pada umumnya investor lebih tertarik pada kinerja keuangan perusahaan di masa datang dan akan menggunakan laba yang dilaporkan pada saat ini untuk meninjau kembali kemungkinan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.

Menurut Utami (2005) untuk mendeteksi ada tidaknya manajemen laba, maka pengukuran atas akrual adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Total akrual adalah selisih antara laba dan arus kas yang berasal dari aktivitas operasi. Konsep akrual dapat dibedakan menjadi dua yaitu akrual diskresioner (*discretionary accrual*) dan akrual non-diskresional (*nondiscretionary accrual*). *Nondiscretionary accrual* adalah akrual yang berhubungan dengan tingkat aktivitas atau kondisi bisnis perusahaan. *Discretionary accrual* adalah akrual yang jumlahnya dapat dikendalikan secara fleksibel oleh manajer sehingga manajer dapat mengatur atau memanajemen laba sesuai seperti yang diinginkan.

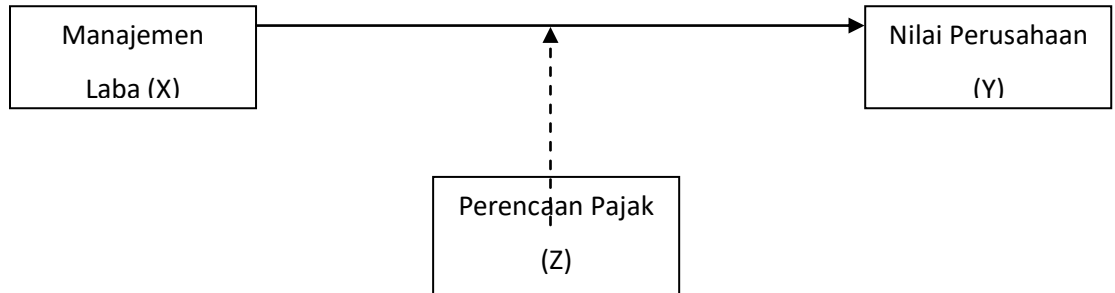
Menurut McNichols (2000) ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk proksi manajemen laba yaitu: (1) pendekatan yang mendasarkan pada model agregat akrual, (2) pendekatan yang mendasarkan pada model spesifik akrual, dan (3) pendekatan berdasarkan distribusi frekuensi, fokusnya adalah perilaku laba yang dikaitkan dengan spesifik benchmark dimana praktik manajemen laba dapat dilihat dari banyaknya frekuensi perusahaan yang melaporkan laba di atas atau di bawah benchmark. Hasil kajian McNichols (2000) menyarankan agar riset manajemen laba menggunakan model spesifik akrual dan distribusi frekuensi.

Berdasarkan pada kajian McNichols (2000) serta Dechow dan Skinner (2000) maka proksi manajemen laba yang digunakan adalah model spesifik akrual yaitu akrual modal kerja. Penggunaan akrual modal kerja lebih tepat sebagaimana yang telah dikaji oleh Peasnell et al. (2000). Akrual diskresioner tidak diestimasi berdasarkan kesalahan residual karena teknik tersebut dianggap relatif rumit, oleh karena itu digunakan proksi rasio akrual modal kerja dengan penjualan. Alasan pemakaian penjualan sebagai deflator akrual modal kerja adalah karena manajemen laba banyak terjadi pada akun penjualan sebagaimana yang diungkapkan oleh Nelson et al. (2000) (Wiwik, 2005).



2.5. Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang, berikut model penelitiannya.



3. METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen Manajemen Laba variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai variabel moderasi. Berdasarkan jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan berupa angka-angka yang diperoleh dengan mengakses website Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id.

b. Metode Penentuan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar dan mempublikasikan laporan tahunannya di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh menggunakan pertimbangan tertentu umumnya disesuaikan dengan tujuan penelitian.

c. Operasionalisasi Variabel

Variabel operasional adalah sebuah konsep yang mempunyai variasi nilai yang diterapkan dalam suatu penelitian. Adapun cara pengukuran dari variabel ini adalah dengan menggunakan skala pengukuran rasio. Berikut ini adalah variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu:

1. Nilai Perusahaan (Variabel Dependen)

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Winanto dan Widayat, 2013). Tujuan utama perusahaan



saat ini adalah meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari kemakmuran pemilik atau pemegang saham perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan dapat menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan, sehingga pemilik perusahaan berupaya untuk bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara mendorong manajer (Herdiyanto, 2015).

Perusahaan menjalankan usahanya dengan tujuan agar dapat terus beroperasi dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang sudah go public tercermin dari harga saham yang terdapat di bursa. Nilai perusahaan merupakan variabel dependen yang diukur dengan menggunakan Tobin's Q (Herawaty, 2008) yang dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Tobin's Q = \frac{MVE+D}{BVE+D}$$

Keterangan :

Tobin's Q = Nilai perusahaan

MVE = Nilai Pasar Ekuitas (Market Value of Equity), merupakan perkalian antara nilai pasar saham diakhir periode dengan jumlah saham yang beredar diakhir periode.

BVE = Nilai Buku Ekuitas (Book Value of Equity), merupakan selisih antara total aset perusahaan dengan total kewajiban.

D = Nilai buku dari total utang perusahaan diakhir periode.

2. Perencanaan Pajak (Variabel Moderasi)

Menurut Suandy (2011) perencanaan pajak adalah upaya melakukan penghematan dan minimalisasi pajak, yang secara legal yang dapat dilakukan melalui manajemen pajak. Tarif pajak efektif (Effective Tax Rate/ETR) dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar penghematan pajak atau penundaan pajak yang diperoleh. Semakin rendah Effective Tax Rate (ETR) maka tax planning semakin efektif. Effective Tax Rate (ETR) dihitung sebagai beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak penghasilan (Earning Before Taxes/EBT) Effective Tax Rate (ETR) berguna untuk mengetahui seberapa besar penghematan pajak atau penundaan pajak yang diperoleh (Samrotun & Suhendro, 2014). Kusumayani dan Suardana (2017) juga menyatakan ETR ialah menunjukkan seberapa efektif pembayaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Rumus tax planning yang mengandung unsur ETR:



ETR= ***Beban pajak Laba sebelum pajak***

ETR : Effective Tax Rate (Tarif Pajak Efektif)

3. Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan aktivitas manajerial untuk “mempengaruhi” laporan keuangan baik dengan cara memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan cara pemilihan metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi berterima umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan. (Aditama, 2014).

Untuk mengukur manajemen laba, menggunakan model yang digunakan dalam penelitian Utami (2005) Manajemen laba diproksikan berdasarkan rasio akrual modal kerja dengan penjualan. Model ini didasarkan pada kajian McNichols (2000) serta Dechow & Skinner (2000) yang menyarankan agar riset manajemen laba menggunakan model spesifik akrual atau distribusi frekuensi. Penggunaan rasio akrual modal kerja terhadap penjualan yang lebih sederhana sebagai proksi manajemen laba juga disarankan oleh Peasnell, et al. (2000).

Manajemen laba = $\text{Akrual modal kerja (t) / Penjualan periode (t)}$

d. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan pada data sekunder berupa laporan keuangan auditan perusahaan sampel. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Data sekunder dari penelitian ini mengambil dari:

1. Buku-buku yang berhubungan dengan judul penelitian.
2. Jurnal-jurnal, tesis dan bahan dari internet yang berhubungan dengan judul penelitian.
3. Data yang dipublikasikan di BEI dari tahun 2014-2018 dan annual report yang dikeluarkan oleh perusahaan.

**e. Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan lebih dari dua variabel independen, dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda (multiple linear regression). Regresi linier berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil ini dikatakan valid dan tidak bias jika asumsi klasik terpenuhi.

f. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan penelusuran dan pencatatan informasi yang diperlukan pada data sekunder berupa laporan keuangan auditan perusahaan sampel. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Data sekunder dari penelitian ini mengambil dari:

4. Buku-buku yang berhubungan dengan judul penelitian.
5. Jurnal-jurnal, tesis dan bahan dari internet yang berhubungan dengan judul penelitian.
6. Data yang dipublikasikan di BEI dari tahun 2014-2018 dan annual report yang dikeluarkan oleh perusahaan.

g. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan lebih dari dua variabel independen, dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda (multiple linear regression). Regresi linier berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil ini dikatakan valid dan tidak bias jika asumsi klasik terpenuhi.



4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji atau mengetahui pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan perencanaan pajak sebagai variabel moderasi. Subjek yang diteliti adalah perusahaan manufaktur dan jasa keuangan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2014-2018 yang berjumlah 128 perusahaan. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, maka didapatkan sampel penelitian sebanyak 57 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 sampai periode 2018.

b. Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	285	,03	,76	,3351	
Manajemen Laba	285	,18	,84	,5464	,12680
Tax Planning	285	,04	,77	,4298	,15306
Valid N (listwise)	285				,15338

Sumber : Data Olahan SPSS 2019

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas Data

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Data Residual
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

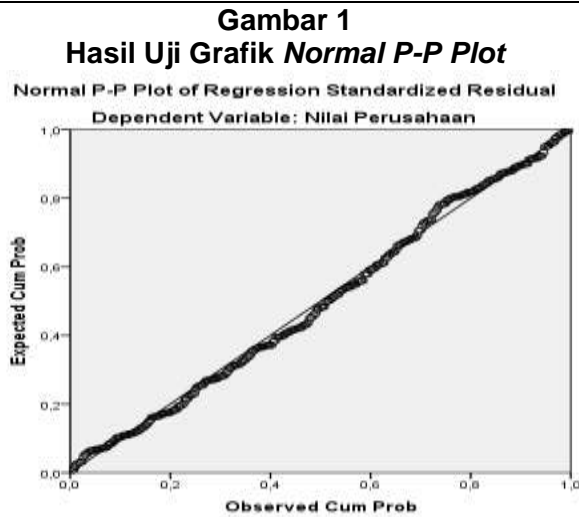
		Unstandardized Residual
N		162
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07548845
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.964
Asymp. Sig. (2-tailed)		.311

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS (2019)

Berdasarkan hasil uji normalitas data dapat diketahui bahwa residual data yang akan diteliti adalah berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dan residual pada penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,311 yakni lebih besar dari 0,05.



Sumber : Data Olahan SPSS (2019)

Dari Gambar tersebut dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya dan tidak melenceng jauh ke kiri maupun ke kanan pada grafik P-Plot, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

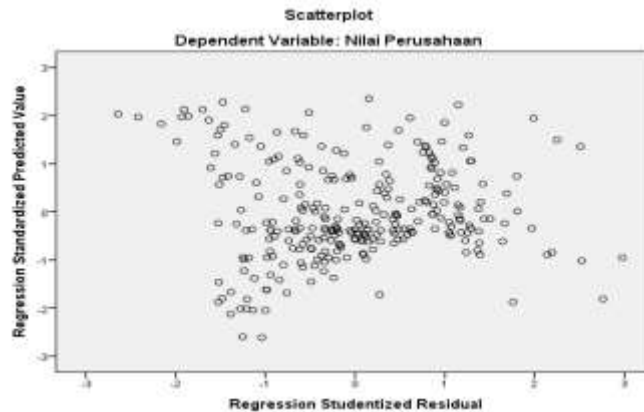
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Manajemen Laba	1,000	1,000
Tax Planning	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai VIF untuk seluruh variabel independen < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10 . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami gangguan multikolinieritas yang artinya bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antara variabel independen, sehingga model layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS (2019)

Pada gambar 2 tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas pada tampilan grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah nol pada sumbu Y. Sehingga dapat diartikan bahwa model regresi tersebut bebas dari heteroskedastisitas, yang berarti tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu variabel independen ke satu variabel independen yang lain.

4.3.4 Hasil Uji Autokolerasi

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,285 ^a	,081	,075	,14755	1,117

a. Predictors: (Constant), Tax Planning, Manajemen Laba

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4 didapatkan nilai *Durbin-Waston* (DW) hitung sebesar 1,942. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara -2 dan 2, yaitu $-2 < 1,977 < 2$. Dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukannya autokorelasi dalam model regresi, yang berarti bahwa pengamatan yang berurutan sepanjang waktu pengamatan tidak berkaitan satu sama lainnya.

4.4.4 Analisis Regresi Berganda

Setelah semua data memenuhi uji asumsi klasik, maka uji regresi linear berganda dapat dilakukan. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS. Berikut ini adalah hasil uji regresi linear berganda:



Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,506	,046		10,961	,000
	Manajemen Laba	,096	,069	-,079	1,388	,006
	Tax Planning	-,275	,057	-,275	-4,811	,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Olahan SPSS (2019)

4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,285 ^a	,081	,75	,14755	1,117

a. Predictors: (Constant), Tax Planning, Manajemen Laba

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0,75. Artinya adalah bahwa variabel independen manajemen laba menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan adalah sebesar 75%. Sedangkan sisanya 25 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

5. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini adalah bahwa Manajemen Laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dan jasa keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018, serta perencanaan pajak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dan jasa keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Chairil P. (2011). *Optimizing Corporate Tax Management* : Kajian Perpajakan dan *Tax Planning*-nya Terkini. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Anwar, Chairil P. (2013). *Manajemen Perpajakan : Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



Journal homepage: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jot/>

- Arachi, G., & Santoro, A. (2007). *Tax enforcement for SMEs: lessons from the Italian Experience*. *Journal of Tax Research*, 5(2), 225-243.
- Atawodi, Ojochogwu Winnie dan Ojeka, Stephen Aanu. (2012). *Factors That Affect Tax Compliance among Small and Medium Enterprises (SMEs) in North Central Nigeria*. *International Journal of Business and Management*. Vol 7, No. 12.
- Bruce, Doug dan Charron, Lucie. (2008). *Tax Compliance Burden: The Canadian Perspective*. *2008 International Council for Small Business World Conferences*.
- Edelweis, Judith Berliyanti V. (2011). Pengaruh Aspek Demografis dan Pemenuhan Hak-Hak Administratif Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak (Survei Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Bandung). Tesis. Universitas Indonesia.
- Gunadi. (2002). *Ketentuan Dasar Pajak Penghasilan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lai, Ming Ling and Arifin M.,A. (2011). *Small Business Enterprises And Taxation: A Case Study Corporate Clients Of A Tax Firm*. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. Volume 15. Special Issue Number 1.
- Oentari, Arabela dan Mangoting, Yenni. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Universitas Kristen Petra.
- Partomo, Tiktik Sartika. (2004). *Usaha Kecil Menengah dan Koperasi*. *Working Paper Series* No. 9. Universitas Trisakti.
- Peraturan Pemerintah No. 46 tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan yang diterima oleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu.
- Richardson, G. (2006). *Determinants of tax Evasion: A Cross Country Investigation* *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation* 15, 150-169.
- Roseline, Riessa. (2012). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Mengukuhkan Diri Sebagai Pengusaha Kena Pajak. Universitas Brawijaya.



- Siwiyati, Kresna. (2009). Pengaruh Penetapan Hak Legal dan Hak Administratif Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak (Survey Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Jakarta). Tesis. Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2002). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Undang – Undang No. 36 tahun 2008 tentang perubahan ke empat Undang – Undang No. 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang No. 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Venter, JMP dan Clercq, B de. (2007). *A three-sector comparative study of the impact of taxation on small and medium enterprises. Meditari Accounting Research*. Vol 15, No. 2. 2007: 131-151.
- Widodo, Widi dan Djefris, Dedy. (2008). Taxpayer Bill Of Rights – Apa yang perlu kita ketahui tentang hak-hak Wajib Pajak?. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, Widi dkk. (2010). Moralitas, Budaya dan Kepatuhan Pajak. Bandung: Alfabeta.