

FANNY
FADLILLAH_192010300051_
SKRIPSI FIXX(1).docx
by

Submission date: 25-Aug-2023 09:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 2150889902

File name: FANNY FADLILLAH_192010300051_ SKRIPSI FIXX(1).docx (207.23K)

Word count: 7208

Character count: 47819



Transparansi Informasi Memoderasi *Agency Cost*, ¹⁵ Ukuran Perusahaan, dan *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan

Information Transparency Moderates Agency Cost, Company Size, and Tax Avoidance of Company Value

Fanny Fadlillah
192010300051

Eny Maryanti
0701038203

SKRIPSI

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis, Hukum, & Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Agustus, 2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Transparansi Informasi Memoderasi *Agency Cost*, ¹⁵Ukuran Perusahaan,
dan *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan
Nama Mahasiswa : Fanny Fadlillah
NIM : 192010300051

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing

Eny Maryanti, SE., M.A
NIDN.0701038203

Dosen Penguji 1

Sarwenda Biduri, SE., MSA.
NIDN.0702048501

Dosen Penguji 2

Ruci Arizanda Rahayu, SE., MSA., AK., CA
NIDN.0704029101

Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Sarwenda Biduri, SE., M.SA
NIDN.0702048501

Dekan FBHIS

Poppy Febriana, S.Sos, M.Med.Kom
NIDN.0711028001

Tanggal Ujian
(22 / 08 / 2023)

Tanggal Lulus
(22 / 08 / 2023)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
DAFTAR ISI	ii
ABSTRAK	1
PENDAHULUAN	1
Pengembangan Hipotesis	3
Kerangka Konseptual	5
METODE PENELITIAN	5
Jenis Penelitian dan Sumber data	5
Populasi dan sampel	6
Definisi, Identifikasi, dan Indikator Penelitian	6
Teknik Analisis Data	7
HASIL DAN PEMBAHASAN	7
Uji Statistik Deskriptif	7
Uji Asumsi Klasik	8
Uji Normalitas	8
Uji Multikolinieritas	9
Uji Heteroskedastisitas	9
Uji Autokorelasi	10
Uji R ²	10
Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)	10
Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	11
KESIMPULAN	13
DAFTAR PUSTAKA	14

Transparansi Informasi Memoderasi *Agency Cost*, Ukuran Perusahaan, dan *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan

Fanny Fadlillah¹, Eny Maryanti²

Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

fannyfadlillah@gmail.com

Abstract

Firm value is the price at which sellers and buyers of shares are motivated by expectations of company profits so that it can reflect company performance in relation to shareholder perceptions known as company value. The higher the value of the company listed on the stock price, the more likely the company can provide prosperity for shareholders. The aim of this study is to find out that information transparency moderates agency costs, company size, and tax avoidance on firm value. This study uses quantitative data. The sample in this research is 63 companies obtained by using purposive sampling technique. The population used in this study are mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. The results of this study indicate that agency costs and firm size have an effect on firm value. Meanwhile, tax avoidance has no effect on firm value. Likewise, information transparency as a moderating variable can moderate agency costs on firm value. Meanwhile, information transparency cannot moderate company size and tax avoidance on firm value. Investors must pay attention to the value of the company's current effective tax rate when making an investment because a company that has a high CETR value indicates that the company is doing tax evasion and of course it will have an impact on the return on investment enjoyed by investors.

Keyword : *information transparenc; Agency cost; company size; tax avoidance; company value*

PENDAHULUAN

Pada era percepatan teknologi yang semakin canggih saat ini tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan akan semakin berat, ditambah dengan pemulihan paska pandemi yang mengakibatkan banyak juga perusahaan yang mengalami penurunan laba bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Bukan hanya bertujuan untuk mempertahankan perusahaan melainkan memiliki suatu keunggulan yang berbeda dalam bersaing dibandingkan dengan perusahaan yang lain. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardani, Suripto, dan Nurmalasari menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga di mana transaksi saham dimotivasi oleh asumsi terhadap pendapatan yang diperoleh perusahaan sehingga dapat menunjukkan kegiatan perusahaan dalam kaitannya dengan ekspektasi para investor atau yang dikenal sebagai nilai perusahaan [1], [2], [3]. Ketika nilai perusahaan yang tercantum pada harga saham tinggi, maka semakin besar kemungkinan perusahaan dapat menghasilkan kesejahteraan bagi investor. Ini berarti bahwa untuk menggapai tujuan buat investor, harus disertai juga dengan kenaikan pada harga saham [1], [4], [5].

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, faktor yang pertama *agency cost* merupakan biaya kepemilikan (*principal*) suatu organisasi, perseorangan, atau sekelompok orang yang berhak memilih atau menyewa seorang agen untuk bertindak atas namanya, dimana hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana *principal* memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi *principal* [1], [6]. Sebagian besar, dengan adanya perbedaan tujuan antara manajer dan pemegang saham yang harus disalahkan atas adanya biaya agensi. Konflik biasanya muncul karena manajer lebih suka memasukkan uang dari arus kas bebas ke dalam proyek yang menghasilkan lebih banyak uang. Sementara itu, investor menginginkan dengan adanya dana yang lebih tersebut dapat disalurkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para investor. Perusahaan dengan biaya agensi yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi juga karena pemegang saham dapat menggunakan uang ini untuk mengendalikan kinerja agen dalam meningkatkan nilai perusahaan [1], [3], [6]. Hal tersebut di dukung dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya agensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan [1], [6]. Berbeda dengan hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa biaya agensi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan [3].

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan merupakan tingkat total aset dan penjualan, yang dapat digunakan untuk menentukan kondisinya. Perusahaan yang lebih besar akan memiliki keunggulan dalam sumber dana yang dapat digunakan untuk membiayai investasinya dalam menghasilkan keuntungan. Akibatnya, bisnis yang lebih besar dan lebih mapan akan lebih mudah mengakses modal di pasar modal daripada bisnis kecil karena bisnis besar memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih besar [7], [8], [9]. Ukuran

perusahaan merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh total aset, karena **asset** merupakan kekayaan perusahaan yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan [10]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indriyani, Hakim, dan Qushoyyi menyatakan bahwa cara yang paling efektif untuk menentukan ukuran organisasi dapat ditentukan oleh sumber daya dan kesepakatan yang dapat menggambarkan keadaan organisasi dimana suatu organisasi yang mempunyai ukuran yang besar akan mempunyai modal yang melimpah untuk membiayai kepentingannya dalam memperoleh keuntungan [8], [11], [12]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan [8], [9], [10], [12]. Berbeda dengan hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [7], [11], [13].

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *tax avoidance* merupakan cara yang dilakukan untuk mengurangi atau memperkecil jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan tanpa harus melanggar hukum yang berlaku, penghindaran pajak dikatakan perilaku yang diperbolehkan karena dapat diasumsikan sebagai suatu bentuk untuk mengalihkan pendapatan pajak pemerintah ke perusahaan – perusahaan yang seharusnya dapat meningkatkan nilai perusahaan [5], [14], [15]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan dan Kartika menyatakan bahwa penghindaran pajak biasanya dilakukan oleh korporasi karena ingin menghasilkan keuntungan yang besar, namun dengan meminimalkan beban pajak melalui sarana administrasi, administrasi perpajakan digunakan untuk meminimalkan beban pajak dan menggunakan peraturan yang berlaku dengan cara yang terus menghasilkan keuntungan yang tinggi. Nilai perusahaan dari keuntungan yang tinggi ini dapat dirasakan kesejahteraan oleh pemilik saham [14], [16], [17], [18], [19]. Dengan begitu juga dapat menarik minat investor lain untuk berinvestasi karena melihat *feedback* yang didapatkan jika berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [17], [18]. Berbeda dengan hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa penghindaran pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [5], [14], [15], [16], [19].

Kasus penggelapan pajak yang terjadi pada tahun 2019 pernah dilakukan oleh PT. Adaro Energy Tbk, yang diduga melakukan penggelapan pajak (*Tax Avoidance*). PT. Adaro Energy Tbk, diduga melakukan penggelapan pajak melalui penerapan *transfer pricing*, yaitu mentransfer keuntungan yang besar dari Indonesia ke perusahaan yang dapat dibebaskan atau yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Hal ini terjadi antara tahun 2009 sampai 2017. PT. Adaro Energy Tbk diduga terlibat dalam kasus ini sehingga perusahaan hanya membayar pajak senilai Rp 1,75 miliar, atau US\$ 125 juta lebih rendah daripada yang harus dibayarkan di Indonesia. Berdasarkan kasus ini, penggelapan pajak terjadi melalui *transfer pricing* (www.globalwitness.org).

Dari fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang mana terdapat hasil yang tidak konsisten, maka penulis menambahkan variabel moderasi yaitu *transparansi informasi*, karena *transparansi informasi* merupakan keterbukaan informasi tentang perusahaan kepada publik atau pemegang saham, sekaligus berguna sebagai metode manajemen yang efektif untuk tidak terjadinya konflik kepentingan antar pemilik saham. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *agency cost* terhadap nilai perusahaan dianggap dapat dimoderasi oleh *transparansi informasi*. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wardani, Utomo, dan Wijaya menyatakan bahwa *agency cost* adalah upah yang dibayarkan oleh investor kepada agen sehingga bisnis dapat dijalankan agar sama dengan ekspektasi dari prinsipal. Akan ada sedikit kemungkinan konflik kepentingan jika informasi dibagikan secara terbuka [1], [5], [6]. Perusahaan yang mempunyai tingkat *transparansi informasi* yang tinggi dituntut untuk menyampaikan laporan yang relevan dan akurat kepada orang yang dianggap penting di dalam perusahaan. Karena informasi yang relevan dan akurat ini berpotensi berdampak signifikan terhadap prospek bisnis perusahaan dan menyebabkan perubahan harga saham [1], [8], [10]. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *transparansi informasi* tidak dapat memperlemah pengaruh negatif *agency cost* terhadap nilai perusahaan [1].

Selain itu, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dianggap dapat dimoderasi oleh *transparansi informasi*. Perusahaan dengan tingkat *transparansi informasi* yang tinggi harus menunjukkan informasi yang relevan dan akurat kepada pihak yang memiliki kepentingan di perusahaan. Karena informasi yang relevan dan akurat ini berpotensi berdampak signifikan terhadap prospek bisnis perusahaan dan menyebabkan perubahan harga saham [1], [10], [8]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septyaningrum menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah perbandingan ukuran perusahaan yang dapat diperkirakan dari struktur, aset, dan omset perusahaan [7], [9]. Kelangkaan informasi pada laporan keuangan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, di mana, rata-rata perusahaan yang lebih besar akan menampilkan lebih banyak data daripada yang lebih kecil. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Transparansi informasi* memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan [7].

Faktor lain yang dianggap dapat dimoderasi oleh transparansi informasi yaitu pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Theresia dan Nuritmo menyatakan bahwa transparansi informasi yang diterapkan perusahaan bisa menjadi perhatian investor agar bisa meningkatkan nilai investasinya [4], [5], [7], [14], [15], [16], [18], [19]. Karena informasi yang diperlihatkan memungkinkan pihak terkait seperti pengusaha, kreditur, debitur dan investor agar lebih mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Sehingga para investor beranggapan bahwa perusahaan tidak memiliki rahasia apapun dan agar bisa meningkatkan loyalitas investor dengan mempertahankan investasinya di perusahaan. Di sisi lain, transparansi informasi juga dapat menyebabkan sebagian investor yang taat pajak menarik modalnya dari perusahaan. Sehingga ketika investor menarik modalnya, maka nilai perusahaan yang ada di pasar modal akan turun, yang berakibat pada penurunan kesejahteraan pemegang saham lainnya. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa transparansi informasi perusahaan memoderasi (memperlemah) pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan [14], [15], [16], [7], [19]. Berbeda dengan hasil penelitian yang lain menunjukkan bahwa transparansi informasi perusahaan tidak bisa memoderasi pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan [4], [5], [18].

Pada penelitian ini penulis mengembangkan dari penelitian sebelumnya yaitu [16] dan [1]. Yang membedakan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dengan menambahkan variabel independen ukuran perusahaan dengan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS. Obyek penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan dipilihnya pertambangan sebagai sampel penelitian adalah karena sektor pertambangan memiliki permodalan yang cukup tinggi dibandingkan dengan sektor lainnya sehingga banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir peluang saham pertambangan menjadi menurun dan berfluktuasi, membuat para peneliti mempertimbangkan apakah hal ini akan berdampak negatif pada sektor pertambangan kedepan. Peningkatan produksi yang tidak diikuti dengan harganya menyebabkan kelebihan pasokan. Ekspor produk pertambangan Indonesia yang semakin bergantung pada China juga berdampak negatif terhadap sektor pertambangan Indonesia karena tingkat ekspor yang menurun setiap tahunnya. Namun berbanding terbalik dengan konsumsi rumah tangga yang setiap tahunnya meningkat meski masih cukup rendah [20]. Dalam hal ini hasil pertambangan masih bisa kita optimalkan bagi industri dalam negeri ke depannya. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui “Transparansi Informasi memoderasi *Agency Cost*, Ukuran Perusahaan, dan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan”. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan investor bisa fokus pada nilai *Current Effective Tax Rate* (CETR) dalam laporan keuangan organisasi ketika mereka akan membuat suatu spekulasi karena suatu organisasi yang mempunyai nilai CETR yang tinggi berarti menunjukkan tanda-tanda bahwa organisasi tersebut melakukan penghindaran pajak dan jelas akan melakukannya, sehingga akan mempengaruhi keuntungan dari usaha yang dinikmati oleh investor. Bagi perusahaan diharapkan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengevaluasi kinerja para manajerial perusahaan. Selain itu, bagi analis di masa depan untuk menganalisis faktor-faktor seperti dalam tinjauan ini, namun ketika kondisi keuangan atau organisasi pertambangan stabil maka perbedaannya akan terlihat dengan eksplorasi ini.

1 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan

Teori keagenan merupakan hubungan antara kepentingan agen dan *principal* dapat saling bertentangan. Akibatnya, *principal* tidak memiliki cukup informasi tentang cara kerja agen dan bagaimana keadaan sebenarnya dari perusahaan. Berbeda dengan *principal*, agen justru lebih banyak memiliki informasi tentang perusahaan secara menyeluruh, dalam kondisi seperti ini yang menyebabkan terjadinya informasi yang tidak seimbang antara agen dan prinsipal yang disebut sebagai asimetri informasi [1], [4]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmalsari dan Naftaly menyatakan bahwa konflik biasanya muncul karena manajer lebih suka memasukkan uang dari arus kas bebas ke dalam proyek yang menghasilkan lebih banyak uang [1], [3], [6]. Sementara itu, investor menginginkan dengan adanya dana yang lebih tersebut dapat disalurkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para investor. Perusahaan dengan biaya agensi yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi juga karena pemegang saham dapat menggunakan uang ini untuk mengendalikan kinerja agen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya agensi memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan [1], [6].

$H_1 = \text{Agency Cost}$ berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh total aset, karena aset merupakan kekayaan perusahaan yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan [7], [10], [8]. Cara yang paling efektif untuk menentukan ukuran organisasi dapat ditentukan oleh sumber daya dan kesepakatan yang dapat menggambarkan keadaan organisasi dimana suatu organisasi yang mempunyai ukuran yang besar akan mempunyai modal yang melimpah untuk membiayai kepentingannya dalam memperoleh keuntungan [11], [8], [12]. Ukuran perusahaan adalah perbandingan perusahaan yang dapat diperkirakan dari struktur, aset, dan omset perusahaan. Kelengkapan informasi pada laporan keuangan bisa juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Karena, rata-rata perusahaan yang lebih besar akan menampilkan lebih banyak data daripada yang lebih kecil [9], [7]. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan [7], [11], [13].

H_2 = Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan

Hubungan teori agensi dengan penggelapan pajak yaitu adanya konflik kepentingan antara pemungut pajak (*fiskus*) dan manajemen perusahaan. *Fiskus* menginginkan penerimaan pajak yang sebesar-besarnya, karena pajak merupakan bagian penting dari penerimaan negara. Pada saat yang sama, agen percaya bahwa dengan tarif pajak yang rendah, perusahaan harus menghasilkan keuntungan yang signifikan. Dalam hal ini, agen mengharapkan pembayaran pajak yang kecil untuk melakukan penggelapan pajak [16], [21], [2]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kartika, Sudarsi, dan Irsad menyatakan bahwa penghindaran pajak biasanya dilakukan oleh korporasi karena ingin menghasilkan keuntungan yang besar, namun dengan meminimalkan beban pajak melalui sarana administrasi, administrasi perpajakan digunakan untuk meminimalkan beban pajak dan menggunakan peraturan yang berlaku dengan cara yang terus menghasilkan keuntungan yang tinggi [16]. Nilai perusahaan dari keuntungan yang tinggi ini dapat dirasakan kesejahteraan oleh pemilik saham. Dengan begitu juga dapat menarik minat investor lain untuk berinvestasi karena melihat *feedback* yang didapatkan jika berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penghindaran Pajak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan [5], [14], [15], [16], [19].

H_3 = *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan dengan transparansi informasi sebagai variabel moderasi

Perusahaan yang mempunyai tingkat transparansi informasi yang tinggi dituntut untuk menyampaikan laporan yang relevan dan akurat kepada orang yang dianggap penting di dalam perusahaan. Karena informasi yang relevan dan akurat ini berpotensi berdampak signifikan terhadap prospek bisnis perusahaan dan menyebabkan perubahan harga saham. Sehingga agen mempunyai peluang untuk memperoleh keuntungan yang mendukung keinginan agen daripada kepentingan investor ketika agen mencoba menutupinya melalui tata kelola *internal* dan *eksternal* [1], [5], [6]. Perbedaan keinginan antara agen dan investor akan berkurang apabila transparansi informasi tinggi, karena manajer tidak dapat menggunakan biaya agensi untuk keuntungan mereka sendiri. Keberadaan biaya agensi dapat digunakan oleh manajer untuk keuntungan pribadi mereka sendiri ketika transparansi informasi rendah. Ini karena investor akan menerima lebih banyak informasi ketika transparansi informasi tinggi daripada ketika rendah. Akibatnya, investor dan bukan hanya manajer *oportunistik* akan mendapat manfaat dari biaya agensi manajer. Keterbukaan informasi perusahaan sangat penting karena nantinya akan menjadi pertimbangan ketika mengambil keputusan bagi pihak investasi di luar perusahaan [1], [6], [4]. Sehingga biaya keagenan yang mungkin timbul di dalam perusahaan dapat dikurangi dengan transparansi informasi. Di mata pemegang saham, situasi perusahaan menguntungkan jika informasinya transparan. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan informasi yang transparan dapat menghindari arus kas yang berlebihan dan memperoleh pembiayaan utang untuk bisnis dengan pertumbuhan keuangan yang terbatas. Menurut teori sinyal, yang menjelaskan prosedur perusahaan untuk memberikan informasi kepada pengguna laporan keuangan, ini adalah sinyal positif bagi investor. Sebaliknya jika laba perusahaan naik, itu akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan telah membaik. Jika laba perusahaan turun, itu akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memburuk [1], [6]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi tidak dapat memoderasi pengaruh *agency cost* terhadap nilai perusahaan [1].

H_4 = Transparansi informasi dapat memoderasi pengaruh *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan transparansi informasi sebagai variabel moderasi

Perusahaan dengan tingkat ¹transparansi informasi yang tinggi harus menunjukkan informasi yang relevan dan akurat kepada pihak yang memiliki kepentingan di perusahaan. Karena informasi yang relevan dan akurat ini berpotensi berdampak signifikan terhadap prospek bisnis perusahaan dan menyebabkan perubahan harga saham [13] [11], [10], [8]. Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kusuma dan Priantini menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah perbandingan ukuran perusahaan yang dapat diperkirakan dari struktur, aset, dan omset perusahaan [7], [9]. Kelengkapan informasi pada laporan keuangan bisa juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Karena, rata-rata perusahaan yang lebih besar akan menampilkan lebih banyak data daripada yang lebih kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transparansi informasi memoderasi (memperkuat) hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan [7].

H₅ = Transparansi informasi dapat memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

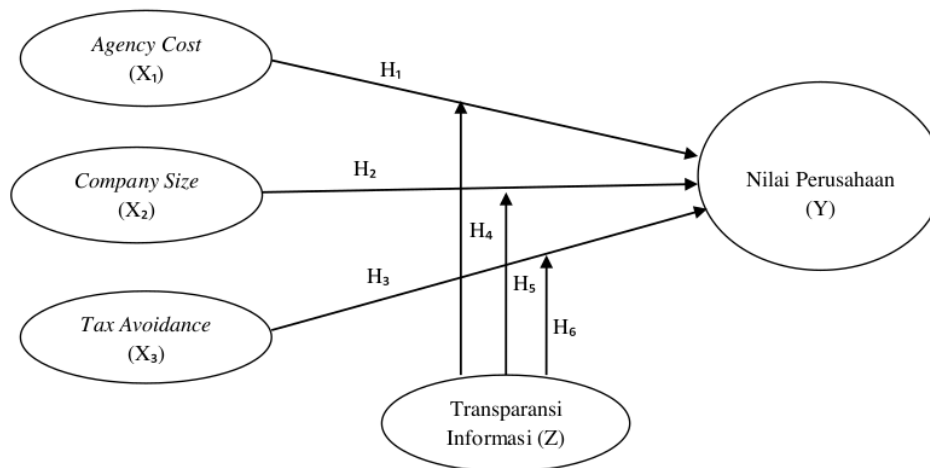
Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan dengan transparansi informasi sebagai variabel moderasi

Transparansi informasi yang diterapkan perusahaan bisa menjadi perhatian investor agar bisa meningkatkan nilai investasinya. Karena informasi yang diperlihatkan memungkinkan pihak terkait seperti pengusaha, kreditur, debitur dan investor agar lebih mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Sehingga para investor beranggapan bahwa perusahaan tidak memiliki rahasia apapun dan agar bisa meningkatkan loyalitas investor dengan mempertahankan investasinya di perusahaan [5], [15], [16]. Di sisi lain, transparansi informasi juga dapat menyebabkan sebagian investor yang taat pajak menarik modalnya dari perusahaan. Sehingga ketika investor menarik investasinya, maka nilai perusahaan yang ada di pasar modal akan turun, yang berakibat pada penurunan kesejahteraan pemegang saham lainnya [7], [4], [19]. Hasil penelitian menyatakan bahwa transparansi informasi memoderasi (memperlemah) pengaruh penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan [15], [14], [16], [7], [19].

H₆ = Transparansi informasi dapat memoderasi pengaruh *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian dapat digambarkan seperti dibawah ini :



¹
Gambar 1
(Kerangka Konseptual)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Metode dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah metode dokumentasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website www.idx.co.id. Sumber data penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021.

14

Populasi dan sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 63 perusahaan yang didapatkan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel sebagai berikut: (1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. (2) Perusahaan pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut pada periode 2019-2021. (3) Laporan keuangan yang penyajiannya menggunakan mata uang Rupiah. (4) Data yang disajikan lengkap dan memenuhi semua variabel yang digunakan dalam penelitian.

Keterangan	Jumlah
Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI 2019-2021	63
1. Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut.	(12)
2. Laporan keuangan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah.	(31)
	20
Periode 2019-2021	3
Total	60

Definisi, Identifikasi, dan Indikator Penelitian

Variabel Dependen (Y)

Nilai perusahaan merupakan suatu anggapan para investor mengenai tingkat keuntungan suatu perusahaan yang seringkali dihubungkan dengan harga saham, karena harga saham yang tinggi juga akan membuat harga saham perusahaan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar dalam melihat kinerja perusahaan maupun dalam kelangsungan hidup perusahaan di kemudian hari [1]. Nilai perusahaan dapat diproyeksikan sebagai harga pasar saham perusahaan yang berguna untuk investasi perusahaan, pendanaan, dan keputusan dividen. Nilai Perusahaan dapat diproksikan dengan menggunakan pengukuran *Price to Book Value* (PBV). Berikut adalah rumus menghitung nilai perusahaan menggunakan PBV [11]:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Variabel Independen (X)

Agency Cost (X₁)

Biaya keagenan (*agency costs*) adalah biaya tambahan yang muncul ketika *principal* menunjuk agen untuk membuat keputusan mewakili kepentingan mereka [1]. *Agency cost* adalah uang yang dikeluarkan oleh investor kepada agen dalam rangka menggerakkan perusahaan sejalan dengan ekspektasi *principal* [17]. Metode arus kas bebas digunakan untuk mengukur biaya keagenan dalam penelitian ini. Perbedaan antara arus kas investasi dan arus kas aktivitas operasi digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung arus kas bebas. Kemudian arus kas bebas dibagi dengan total aset pada periode yang sama. Berikut rumus menghitung *Free cash flow* [1]:

$$FCF = \frac{CFO - CFI}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Keterangan :

FCF : Arus Kas Bebas

CFO : Arus Kas Operasi

CFI : Arus Kas Investasi

Ukuran Perusahaan (X₂)

Ukuran perusahaan adalah ukuran, dimensi atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan beberapa istilah seperti total asset, pendapatan, *log size*, dan lain-lain yang dapat dihitung berdasarkan jumlah total aktiva dan omset serta bisa memperlihatkan keadaan dimana terdapat perusahaan yang lebih besar memiliki keunggulan dalam memanfaatkan keuangan yang didapat untuk menanamkan investasinya dan menghasilkan keuntungan [8], [11], [12]. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan [11]:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \log \text{ Natural (Ln) of Total Aset}$$

Tax Avoidance (X₃)

Penghindaran pajak adalah upaya perusahaan untuk meminimalkan beban pajak mereka secara legal dan tidak melanggar undang-undang perpajakan [16]. *Tax avoidance* merupakan Penghindaran pajak dengan cara mengurangi beban pajak yang tergolong wajar dan sesuai dengan peraturan perpajakan yang diatur secara khusus di dalam perencanaan pajak. Pada umumnya perusahaan menerapkan strategi atau cara hukum sesuai dengan undang-undang yang berlaku, namun dengan mengalihkan pendapatan pajak yang seharusnya diterima pemerintah ke perusahaan yang gunakan guna meningkatkan nilai perusahaan [5], [14]. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *tax avoidance* [16]:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

Variabel Moderasi

Transparansi Informasi (Z)

Metode yang digunakan untuk mengukur transparansi informasi adalah penyampaian sukarela yang diberikan oleh organisasi tanpa diwajibkan oleh peraturan apa pun [16]. Pernyataan item yang disampaikan melalui pengungkapan sukarela dan pencarian nomor indeks pengungkapan melalui pengungkapan sukarela adalah dua tahap pengukuran transparansi informasi ini. Proksi pengukurannya menggunakan prosedur daftar periksa dengan skor 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan item dan skor 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan item [1], [7], [16]. Maka dari itu tingkat pengungkapan sukarela dapat dirumuskan sebagai berikut [16]:

$$\text{DISC} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah keseluruhan item indeks}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS 26 (*Statistical Package for the Sosial Sciences*) yang biasanya digunakan untuk pengolahan dan menganalisis data yang memiliki kemampuan analisis statistik serta sistem manajemen data dengan lingkungan grafis. Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, untuk uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dan analisis regresi moderasi, uji model, dan uji t. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan analisis regresi moderasi dengan mengambil keputusan apabila nilai *sig* < 0,05 maka hipotesis diterima dan apabila nilai *sig* > 0,05 atau sama dengan 0,05 maka hipotesis tidak dapat diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif mampu meringkas atau menggambarkan informasi dari setiap variabel yang dipakai dalam penelitian ini dengan menampilkan nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Berikut hasil uji statistik deskriptif untuk masing-masing variabel disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	60	18461411.00	9455369813.00	368733374.2833	2540061313.23620
Agency Cost	60	-174995881.00	274712188.00	36025318.7333	87068010.95479
Ukuran Perusahaan	60	17.13	21.86	21.4994	.81071
Tax Avoidance	60	.00	868001382.00	180387615.8833	181563697.55399
Transparansi Informasi	60	54945055.00	615384615.00	121245421.3500	103085398.84890
Valid N (listwise)	60				

Sumber : SPSS 26

Hasil output SPSS menunjukkan jumlah sampel penelitian (N) ada 60 variabel. Berikut penjelasan tiap masing-masing variabel :

Pada tabel 3 menunjukkan nilai variable Nilai Perusahaannilai rata-rata dari 60 sampel perusahaan Pertambangan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia dalam penelitian diperoleh sebesar 368733374.2833 dengan deviasi standar sebesar 2540061313.23620. Nilai tertinggi sebesar 9455369813.00. Sedangkan nilai terendah adalah 18461411.00.

Pada tabel 3 menunjukkan nilai variabel *Agency Cost* nilai rata-rata dari 60 sampel perusahaan Pertambangan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia dalam penelitian diperoleh sebesar 36025318.7333dengan deviasi standar sebesar 87068010.95479. Nilai tertinggi sebesar 274712188.00.Sedangkan nilai terendah adalah -174995881.00.

Pada tabel 3 menunjukkan nilai variable Ukuran Perusahaan nilai rata-rata dari 60 sampel perusahaan Pertambangan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia dalam penelitian diperoleh sebesar 21.4994 dengan deviasi standar sebesar 81071. Nilai tertinggi sebesar 21.86. Sedangkan nilai terendah adalah 17.13.

Pada tabel 3 menunjukkan nilai variabel *Tax Avoidance* nilai rata-rata dari 60 sampel perusahaan Pertambangan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia dalam penelitian diperoleh sebesar 180387615.8833 dengan deviasi standar sebesar 181563697.55399. Nilai tertinggi sebesar 868001382.00. Sedangkan nilai terendah adalah .00.

Pada tabel 3 menunjukkan nilai variable Transparansi Informasi nilai rata-rata dari 60 sampel perusahaan Pertambangan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia dalam penelitian diperoleh sebesar 121245421.3500 dengan deviasi standar sebesar 103085398.84890. Nilai tertinggi sebesar 615384615.00. Sedangkan nilai terendah adalah 54945055.00.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui kelayakan penggunaan model penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah teruji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji hipotesis klasik yang dilakukan terhadap bukti informasi yang diaplikasikan kedalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0214295
	Std. Deviation	.94749368

<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.103
	<i>Positive</i>	.062
	<i>Negative</i>	-.103
<i>Test Statistic</i>		.103
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.181 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *Ashimp. Sig.* sebesar 0,181 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berlandaskan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* pada table 4. Diatas terbukti bahwa nilai probabilitas $> 0,05$, maka hal tersebut berarti uji normalitas dipenuhi. Karena nilai signifikasi model regresi memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang dipakai dalam penelitian dapat dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinieritas

		<i>Coefficients^a</i>	
		<i>Collinearity Statistics</i>	
Model		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>Agency Cost</i>	.998	1.002
	<i>Ukuran Perusahaan</i>	.989	1.011
	<i>Tax Avoidance</i>	.990	1.010

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel 5. Nilai *tolerance* masing-masing variable memiliki nilai lebih besar dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Untuk menegetahui ada atau tidaknya problem multikolinieritas dengan menentukan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*), apabila nilai VIF < 10 atau nilai *tolerane* $> 0,1$ berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas *Coefficientsa -Glejser*

		<i>Coefficients^a</i>		<i>Standardized</i>		
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	<i>(Constant)</i>	6.043E-14	.000		1.808	.076
	<i>Agency Cost</i>	-1.818E-22	.000	-.154	-1.191	.239
	Ukuran Perusahaan	-5.722E-19	.000	-.058	-.449	.655
	<i>Tax Avoidance</i>	1.162E-22	.000	.205	1.584	.119

a. Dependent Variable: ABS_RES_4

Berlandaskan hasil uji heteroskedastisitas pada table 6. Nilai signifikan dari setiap variabel bebas lebih besar dari 0,05 yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap *absolute residual* (ABS_RES_4), Sehingga tidak didapati gejala heteroskedastisitas pada hasil uji tersebut.

Uji Autokorelasi

Tabel 7.
Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.352 ^a	.124	.077	.97220	2.130

a. Predictors: (Constant), Tax Avoidance, Agency Cost, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berlandaskan hasil uji autokorelasi nilai DW sebesar 1.905 Jumlah sampel 60 dan jumlah variabel sebanyak 3, maka didapati nilai dw sebesar 2,130. Dari nilai tersebut adapun syarat yang harus dipenuhi adalah $du < dw < 4-du$ yaitu $1,6889 < 2,130 < 2,3111$ yang berarti bahwa nilai du 1,6889 lebih kecil dari nilai dw yaitu 2,130 dan nilai dw lebih kecil dari nilai $4-du$ yaitu sebesar 2,3111 sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)

Uji R²

Tabel 8.
Nilai Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.352 ^a	.124	.077	.97220

a. Predictors: (Constant), Tax Avoidance, Agency Cost, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 8. Nilai koefisien determinasi *adjusted R square* sebesar 0,077 ini berarti 77,0% kualitas laba perusahaan pertambahan tahun 2019-2021 dipengaruhi oleh Agency Cost, Ukuran Perusahaan, Tax Avoidance, kemudian sisanya sebesar 23,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

Tabel 10.
Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.547	2.960		5.251	.000
Agency Cost	5.092E-9	.000	.438	2.417	.019

Ukuran Perusahaan	.281	.139	.226	2.026	.048
Tax Avoidance	1.152E-9	.000	.207	.942	.350
Moderasi_X1	-7.706E-17	.000	-.927	-4.953	.000
Moderasi_X2	6.533E-19	.000	.202	.987	.328
Moderasi_X3	-9.615E-18	.000	-.300	-1.083	.284

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

analisis R

Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji regresi linier berganda pada tabel 10, menunjukkan bahwa *Agency Cost* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,019 dengan beta sebesar 5,092E-9. Yang artinya variable (*Agency Cost*) X1 berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 1 diterima. Pada tabel 10, membuktikan bahwasanya Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,048 dengan beta sebesar negatif 0,281. Yang artinya variable (*Firm Size*) X2 berpengaruh positif signifikan terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 2 diterima. Pada tabel 10, menunjukkan bahwa *Tax Avoidance* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan signifikansinya lebih dari 0,05 yaitu 0,350 dengan beta sebesar 1,152E-9. Yang artinya variable (*Tax Avoidance*) X3 tidak berpengaruh terhadap Y (Nilai Perusahaan), sehingga hipotesis 3 ditolak.

Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regression Analysis*) / MRA

Berdasarkan uji MRA yang ditunjukkan pada tabel 10. Menunjukkan bahwa X1 *Agency Cost* terhadap Y Nilai Perusahaan dengan variabel moderasi *Transparansi Informasi* menunjukkan nilai signifikansinya yaitu 0,000 kurang dari 0,05 dengan beta sebesar -7,706E-17. Yang artinya bahwa *Transparansi Informasi* mampu memperlemah hubungan pengaruh X1 *Agency Cost* terhadap Y Nilai Perusahaan, serta dapat disimpulkan bahwa *Transparansi Informasi* sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan antara *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis 4 diterima. Pada tabel 10. Menunjukkan bahwa X2 Ukuran Perusahaan terhadap Y Nilai Perusahaan dengan *Transparansi Informasi* sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai signifikansinya yaitu 0,328 lebih dari 0,05 dengan beta sebesar positif 6,533E-19. Yang artinya bahwa *Transparansi Informasi* tidak bisa memoderasi hubungan pengaruh X2 Ukuran Perusahaan terhadap Y Nilai Perusahaan, serta dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi *Transparansi Informasi* tidak dapat memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis 5 ditolak. Pada tabel 10. Menunjukkan bahwa X3 *Tax Avoidance* terhadap Y Nilai Perusahaan dengan *Transparansi Informasi* sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai signifikansinya yaitu 0,284 lebih dari 0,05 dengan beta sebesar negatif -9,615E-18. Yang artinya bahwa *Transparansi Informasi* tidak mampu memoderasi hubungan pengaruh X3 *Tax Avoidance* terhadap Y Nilai Perusahaan, serta dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi *Transparansi Informasi* tidak dapat memoderasi hubungan antara *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis 6 ditolak.

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Agency Cost berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menyatakan bahwa *Agency Cost* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kesempatan investasi yang menunjukkan bahwa prinsipal atau pemegang saham akan mendorong perusahaan yang mempunyai kesempatan dalam berinvestasi yang menghasilkan di dalam valuasi saham. Dengan adanya seorang manajer, *principal* menginginkan agar dapat mengelola keuangan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang tinggi, sehingga dapat menghasilkan *return* yang lebih baik untuk menarik perhatian para investor. Maka dari itu, perusahaan dengan biaya agensi yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi juga karena pemegang saham bisa menggunakan uang ini untuk mengendalikan kinerja agen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nurmalasari dan Merry berpendapat bahwa investor menginginkan dengan adanya dana yang lebih tersebut dapat disalurkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para investor [3]. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Agency Cost* yang pemegang saham berikan terhadap manajer, maka hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan juga sesuai dengan hasil [1].

Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *signalling theory* yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan

yang besar dapat dilihat dari modal yang masuk melalui investasi. Besar kecilnya Ukuran perusahaan sangat berperan penting dalam keputusan investor untuk melakukan investasi, karena mereka menginginkan keuntungan dari hasil investasi yang dilakukan pada suatu perusahaan. Sejalan dengan *signalling theory* bahwa keinginan investor untuk menanamkan investasinya ke suatu perusahaan berdasarkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Indriyani berpendapat bahwa cara yang paling efektif untuk menentukan ukuran organisasi dapat ditentukan oleh sumber daya dan kesepakatan yang dapat menggambarkan keadaan organisasi dimana suatu organisasi yang mempunyai ukuran yang besar akan mempunyai modal yang melimpah untuk membiayai kepentingannya dalam memperoleh keuntungan [8]. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan aktivitas agen dalam meningkatkan nilai perusahaan sesuai dengan hasil [7].

Tax Avoidance berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menunjukkan bahwa *Tax Avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Agency theory* yang menyatakan menurut [4] hubungan antara dua pelaku yang mempunyai perbedaan kepentingan yaitu antara agen dan prinsipal. Prinsipal menginginkan seorang agen atau manajer melakukan kinerja perusahaan berjalan dengan baik. Penghindaran pajak salah satu yang menjadi peluang bagi seorang manajer untuk mendapatkan kinerja pada laporan keuangan perusahaan terlihat baik bagi pemegang saham. Akan tetapi dengan memanipulasi laporan keuangan tersebut tidak akan berdampak apapun terhadap nilai perusahaan. Karena mengurangi sebuah kandungan informasi pada laporan keuangan yang diberikan kepada publik tidak dapat mempengaruhi keputusan dalam memberikan nilai perusahaan. Asa dan Utomo berpendapat bahwa penghindaran pajak dikatakan perilaku yang diperbolehkan karena dapat dinyatakan sebagai suatu bentuk untuk mengalihkan pendapatan pajak pemerintah ke perusahaan – perusahaan yang seharusnya dapat meningkatkan nilai perusahaan [5]. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penghindaran pajak yang dilakukan tetap tidak dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hasil [17].

Transparansi Informasi dapat memoderasi pengaruh *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menyatakan bahwa Transparansi Informasi mampu memperlemah pengaruh *Agency Cost* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini dengan adanya transparansi informasi yang diberikan pihak agen (manajer) kepada investor atau pemegang saham akan membuat tindakan manajer lebih mudah untuk diawasi pihak prinsipal. Karena manajer tidak dapat melakukan manipulasi pada laporan keuangan yang disampaikan kepada publik, biasanya investor atau prinsipal akan condong melihat pendapatan atau profit yang nantinya bisa mereka menghasilkan dengan melihat laporan laba rugi perusahaan dan juga melihat transparansi informasi yang perusahaan sampaikan dengan menunjukkan tanggung jawab sosial (CSR). Wardani berpendapat bahwa *agency cost* merupakan uang yang dikeluarkan oleh investor kepada agen sehingga bisnis bisa dijalankan sejalan dengan kemauan prinsipal. Namun, akan ada sedikit kemungkinan konflik kepentingan jika informasi dibagikan secara terbuka [1]. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang mempunyai transparansi informasi yang tinggi dalam melaksanakan tanggung jawab sosial maka akan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi juga, karena hal tersebut bisa digunakan investor untuk melihat kinerja manajemen sehingga biaya *Agency cost* mengalami penurunan agar meningkatkan nilai perusahaan supaya menjadi lebih baik lagi.

Transparansi Informasi dapat memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menunjukkan bahwa Transparansi Informasi tidak dapat memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pada hasil penelitian ini Ukuran Perusahaan tidak dapat mempengaruhi kelengkapan pengungkapan laporan keuangan baik dari segi struktur perusahaan, asset, ataupun penjualan, sehingga investor atau pemegang saham tidak berminat menaruh investasinya pada perusahaan besar maupun perusahaan berukuran kecil, dengan adanya transparansi informasi yang diberikan ke publik itu tidak akan berdampak kepada investor untuk menanamkan investasinya ke perusahaan. Septyaningrum berpendapat bahwa Kelengkapan informasi pada laporan keuangan bisa juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Karena, rata-rata perusahaan yang lebih besar akan menampilkan laporan data yang berlebih daripada dengan perusahaan lebih kecil [7]. Hal ini berarti bahwa perusahaan kurang mendapat penekanan dari bagian penganalisa keuangan dalam menyampaikan segala macam informasi yang bisa disampaikan kepada publik.

Transparansi Informasi dapat memoderasi pengaruh *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan pada tabel 10, menunjukkan bahwa Transparansi Informasi tidak dapat memoderasi pengaruh *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan. Pada hasil penelitian ini Pengaruh dari adanya praktik penghindaran pajak adalah kenaikan laba setelah pajak pada sebuah organisasi, paling utama pada organisasi dengan pengelolaan yang kurang baik, sehingga akan membuka kesempatan bagi seorang agen untuk memindahkan biaya, dengan begitu akibatnya tidak akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Kurniawan dan Syafruddin berpendapat bahwa informasi yang diperlihatkan memungkinkan pihak terkait seperti pengusaha, kreditur, debitur dan investor agar lebih mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Sehingga para investor beranggapan bahwa perusahaan tidak memiliki rahasia apapun dan agar bisa meningkatkan loyalitas investor dengan mempertahankan investasinya di

perusahaan [14]. Dengan ada atau tidak adanya transparansi informasi mengenai laporan keuangan dari organisasi yang melakukan praktik penghindaran pajak, tidak akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan investor kepada perusahaan karena minat para investor untuk menanamkan investasinya kepada perusahaan bukan karena dipengaruhi dengan adanya transparansi informasi sesuai dengan hasil [4].

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian hipotesis dan analisis yang sudah dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa variable *agency cost* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bahwa Perusahaan dengan biaya agensi yang tinggi juga akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena pemegang saham bisa menggunakan uang ini untuk mengendalikan kinerja agen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bahwa ukuran organisasi dapat ditentukan oleh sumber daya dan kesepakatan yang dapat menggambarkan keadaan organisasi dimana suatu organisasi yang mempunyai ukuran yang besar akan mempunyai modal yang melimpah untuk membiayai kepentingannya dalam memperoleh keuntungan. Variabel *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bahwa Penghindaran pajak biasanya dilakukan oleh korporasi karena ingin menghasilkan keuntungan yang besar dengan cara melakukan pembayaran pajak yang kecil. Variabel transparansi informasi memoderasi *agency cost* terhadap nilai perusahaan. Bahwa dengan adanya transparansi informasi mampu menekan biaya agensi guna meningkatkan nilai perusahaan. Variabel transparansi informasi tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Bahwa adanya transparansi informasi tidak akan berdampak terhadap ukuran perusahaan untuk investor tetap menanamkan investasinya ke perusahaan. Variabel transparansi informasi tidak dapat memoderasi *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan. Bahwa transparansi informasi yang dilakukan seorang manajer dengan melakukan penghindaran pajak tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan investor bisa fokus pada nilai *Current Effective Tax Rate* (CETR) dalam laporan keuangan organisasi ketika mereka akan membuat suatu spekulasi karena suatu organisasi yang mempunyai nilai CETR yang tinggi berarti menunjukkan tanda-tanda bahwa organisasi tersebut melakukan penghindaran pajak dan jelas akan melakukannya, sehingga akan mempengaruhi keuntungan dari usaha yang dinikmati oleh investor. Bagi perusahaan diharapkan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengevaluasi kinerja para manajerial perusahaan. Selain itu, bagi analis di masa depan untuk menganalisis faktor-faktor seperti dalam tinjauan ini, namun ketika kondisi keuangan atau organisasi pertambahan stabil maka perbedaannya akan terlihat dengan eksplorasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. K. Wardani and W. T. Susilowati, "Pengaruh *Agency Cost* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi," *J. Akunt. Maranatha*, vol. 12, no. 1, pp. 1–12, 2020, doi: 10.28932/jam.v12i1.2289.
- [2] S. Suropto, "Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Tax Avoidance* Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia," *Proc. Univ. Pamulang*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2020, doi: 10.46306/rev.v1i1.10.
- [3] M. R. Nurmalasari and N. W. Merry Nirmala Yani, "Pengaruh *Agency Cost* Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *J. Ilm. Manaj.dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 53–62, 2021, doi: 10.38043/jimb.v6i2.3199.
- [4] O. Theresia and Nuritmo, "Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015," *Diponegoro J. Account.*, vol. 8, no. 3, pp. 1–18, 2019.
- [5] C. R. Asa and D. C. Utomo, "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 J. Account.*, vol. 8, no. 3, pp. 1–15, 2019.
- [6] M. Naftaly, L. Safitri, and T. Wijaya, "Analisis Pengaruh *Agency Cost* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur," *J. Akuntansi, Ekon.dan Manaj. Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 72–79, 2017.
- [7] M. Septyaningrum, "Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi," *Pros. Semin.Nas.Pakar ke 3*, pp. 1–6, 2020.
- [8] E. Indriyani, "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Akuntabilitas*, vol. 10, no. 2, pp. 333–348, 2017, doi: 10.15408/akt.v10i2.4649.
- [9] R. A. W. Kusuma and D. Priantinah, "Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016," *Nominal, Barom. Ris. Akunt. dan Manaj.*, vol. 7, no. 2, 2018, doi: 10.21831/nominal.v7i2.21352.
- [10] F. Akbar and F. Irham, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *J. Ilm. Mhs. Ekon. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 62–81, 2020.
- [11] R. Muharramah and M. Z. Hakim, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Pros. Semin.Nas.Ekon.dan Bisnis*, no. 2017, pp. 569–576, 2021.
- [12] M. A. . Qushoyyi and S. Khabib, "Pengaruh *Tax Avoidance*, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Asean Corporate Governance Scorecard* Sebagai Variabel Moderasi," *Rev. Appl. Account.Res.*, vol. 2, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [13] R. Sari and M. H. Sayadi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Komite Audit," *J. Ilm. Ekon. Glob. Masa Kini*, vol. 11, no. 2, p. 115, 2020, doi: 10.36982/jiegm.v11i2.1193.
- [14] A. F. Kurniawan and M. Syafruddin, "Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Nilai perusahaan Dengan

Variabel Moderasi Transparansi,” *Diponegoro J. Ofaccounting*, vol. 6, no. 4, pp. 1–10, 2017.

- [15] I. N. Hanif and M. D. Ardiyanto, “Analisis Pengaruh Praktik Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan : Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi,” *Diponegoro J. Account.*, vol. 8, no. 3, pp. 1–12, 2019.
- [16] A. Kartika, S. Sudarsi, and M. Irsad, “Peran Pemoderasi Transparansi Informasi : Penghindaran Pajak Dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia),” *Fokus Ekon. J. Ilm. Ekon.*, vol. 14, no. 2, pp. 407–418, 2019, doi: 10.34152/fe.14.2.407-418.
- [17] E. Adityamurti and I. Ghozali, “Pengaruh Penghindaran Pajak Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan,” *Diponegoro J. Account.*, vol. 6, no. 3, pp. 124–135, 2017.
- [18] A. Novariantio and S. Dwimulyani, “Pengaruh Penghindaran Pajak, *Leverage*, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi,” *Pros. Semin.Nas.Pakar*, pp. 2–43, 2019.
- [19] S. Ramadhiani and S. R. Dewi, “*The Effect of Tax Avoidance, Leverage, and Managerial Ownership on Firm Value With Corporate Transparency as a Moderating Variable*,” *Acad. Open*, vol. 3, pp. 1–15, 2021, doi: 10.21070/acopen.3.2020.1117.
- [20] P. Nugroho and A. Kriwidianingsih, “Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan,” pp. 1–10, 2021.
- [21] F. I. Maula, “Pengaruh *Sales Growth*, Profitabilitas, Komisaris Independen, Komite Audit, Umur perusahaan terhadap Pendhindaran Pajak,” pp. 18–59, 2020.

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.maranatha.edu Internet Source	4%
2	eproceeding.undwi.ac.id Internet Source	2%
3	www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id Internet Source	1%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
6	comserva.publikasiindonesia.id Internet Source	1%
7	ejournal.stiepena.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%

10	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
12	123dok.com Internet Source	1 %
13	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
14	www.researchgate.net Internet Source	1 %
15	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1 %
16	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On