

Pengaruh Perencanaan Pajak dan *Creative Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Fitria Urbach Prameswari Djunaedi^a, Dewi Prastiwi^b

*corresponding author's email: fitriadjunaedi16080694037@mhs.unesa.ac.id

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya^a

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya^b

ABSTRAK

Perusahaan memiliki tujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan berupaya melakukan perencanaan pajak dan *creative accounting*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak dan *creative accounting* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis linear berganda. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019 dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan *creative accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti tinggi rendahnya praktik perencanaan pajak maupun *creative accounting* yang dilakukan oleh manajer tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci: Perencanaan pajak; *Creative accounting*; Nilai perusahaan

The Effect of Tax Planning and Creative Accounting on Firm Value

ABSTRACT

The company has a goal to optimize the firm value so that the company tries to do tax planning and creative accounting. The research aims to determine the effect of tax planning and creative accounting on firm value. This research uses quantitative methods and multiple linear analysis techniques. The sample used is manufacturing companies listed on the IDX for the 2017-2019 period with purposive sampling method. The results showed that tax planning and creative accounting had no effect on firm value. That means the level of tax planning and creative accounting practices carried out by managers doesn't affect firm value.

Keywords: Tax planning; Creative accounting; Firm value.

PENDAHULUAN

Nilai suatu perusahaan menjadi tolok ukur investor dalam menanamkan sahamnya. Semakin optimal nilai perusahaan, dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan terus berusaha secara optimal menaikkan nilai perusahaannya untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Cara yang perusahaan dapat terapkan salah satunya dengan perencanaan pajak. Tujuannya untuk menekan seminimal mungkin beban pajak agar mendapatkan seoptimal mungkin laba bersih setelah pajak yang nantinya berdampak pada nilai perusahaan (Herawati & Ekawati, 2016). Perencanaan pajak terdapat dua macam, yaitu *tax avoidance* dan *tax evasion*. Perbedaannya adalah pada legal tidaknya perencanaan pajak yang dilakukan. Selain itu, *creative accounting* juga dapat dilakukan oleh perusahaan dengan mempercantik laporan keuangan. Manajemen melakukan *creative accounting* dengan tujuan menaikkan nilai perusahaan dan memberikan kepuasan kepada pemilik perusahaan dan investor (Alit, 2017a). Meskipun sebagian pihak menilai perencanaan pajak dan *creative accounting* tergolong etis tetapi ada sebagian pihak yang menganggap tidak etis tergantung pada penerapannya.

Penerapan dari perencanaan pajak maupun *creative accounting* oleh beberapa perusahaan dinilai masih belum sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Hal tersebut terbukti dari beberapa kasus yang diberitakan di media kabar. Djumena, (2019) memberitakan dalam *website* Kompas.com bahwa PT Garuda Indonesia diberi sanksi oleh Kemenkeu, OJK, dan BEI pada tahun 2019 karena laporan keuangan tahun 2018 terbukti tidak sesuai dengan PSAK No. 23 paragraf 28 dan 29 tentang pendapatan. Rahma, (2020) memberitakan dalam *website* Liputan6.com bahwa PT Jiwasraya telah memanipulasi laporan keuangan sejak tahun 2006 dengan membuat laba semu. Kemudian pada tahun 2017 mendapat opini tidak wajar tetapi laporan keuangan tetap tidak diubah oleh manajemen hingga awal tahun 2020 utang klaim mencapai 16,7 triliun rupiah. Praktik *creative accounting* yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut tidak sesuai dengan standar akuntansi yang disinyalir akan berakibat pada nilai perusahaan. Penyebabnya karena perusahaan akan kehilangan kepercayaan publik, baik itu investor, kreditor, mitra bisnis dan juga masyarakat. Saat citra perusahaan memburuk, maka keberlangsungan usaha perusahaan akan terancam.

Perusahaan harus memahami peraturan perpajakan dan standar peraturan penyusunan laporan keuangan yang berada dalam *grey area*. Hal ini dilakukan agar dapat mencari celah untuk melakukan penghematan pajak sesuai aturan perpajakan dan dapat mempercantik laporan keuangan tanpa menyalahi standar akuntansi. Sehingga terhindar dari praktik perencanaan pajak dan *creative accounting* yang tidak etis, yang berdampak pada menurunnya nilai perusahaan karena hilangnya kepercayaan publik dan jatuhnya citra perusahaan. Berdasarkan pemaparan latar belakang dan fenomena tersebut, dapat dirumuskan masalah yaitu apakah perencanaan pajak dan *creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh perencanaan pajak dan *creative accounting* terhadap nilai perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Agency Theory

Agency theory dimaknai sebagai kontrak kerja sama antara *principal* (pemegang saham) dengan *agent* (manajemen) sehingga *agent* berhak mengambil keputusan dalam kegiatan operasional perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). *Agency theory* menganggap pemisahan manajemen dan pemilik perusahaan merupakan hal yang penting untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam mengelola perusahaan. Namun, *agent* perusahaan dan *principal* memiliki perbedaan motivasi sehingga cenderung mengutamakan kepentingannya sendiri. Manajer selaku *agent* perusahaan secara moral bertanggung jawab mengoptimalkan laba perusahaan untuk dinikmati oleh pemegang saham. Di sisi lain, manajer juga ingin mendapatkan bonus dari perusahaan sebagai upaya untuk memaksimalkan kesejahteraannya. Manajemen dan pemegang saham memiliki motivasi pada tujuan berbeda karena manajemen termotivasi pada tujuan jangka pendek dari kompensasi kinerja, sedangkan pemegang saham lebih termotivasi oleh tujuan jangka panjang yaitu dari nilai perusahaan (Prastiwi, 2018). Oleh karena itu, dengan adanya wewenang kepada manajemen untuk melakukan perencanaan pajak dan *creative accounting* menjadi oportunis bagi manajemen. Keputusan yang diambil oleh manajemen inilah yang akan berpengaruh baik atau buruk terhadap perusahaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Silaban, (2013) menerangkan bahwa perencanaan pajak bisamenaikkan nilai perusahaan ketika lebih kecil biaya yang dikeluarkan dibandingkeuntungan yang didapat atas imbal jasa suatu aktivitas. Semakin baiknya praktik perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan, akan semakin meningkat pula nilai perusahaannya(Lestari & Wardhani, 2015).Perencanaan pajak dilakukan dengan mengumpulkan dan meneliti peraturan perpajakan untuk memfilter tindakan penghematan pajak yang dapat dilakukan. Berdasarkan asumsi *agency theory*, manajemen akan berusaha keras untuk mengoptimalkan laba bersih setelah pajak milik perusahaan agar nilai perusahaan meningkat sebagai wujud pertanggungjawaban *agent* terhadap *principal*.Oleh karena itu, perencanaan pajak yang dilakukan dengan efektif dan tidak melanggar peraturan perpajakan dapat meminimalkan laba fiskal dan juga mengoptimalkan laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan sehingga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, *agency theory* juga beranggapan melalui aktivitas perencanaan pajak dapat memberikan kesempatan kepada manajerial dalam bertindak oportuniste dengan memanipulasi laba atau menempatkan sumber daya yang tidak sesuai dengan yang seharusnya dan juga tidak transparan saat menjalankan operasional perusahaan sehingga perencanaan pajak dinilai berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Minnick & Noga, 2010). Penelitian dari Yuono & Widyawati(2016), Herawati & Ekawati(2016), Pradnyana & Noviari(2017), Tarmidi & Murwaningsari(2019)memunculkan hasil bahwa perencanaan pajak memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Creative Accounting* terhadap Nilai Perusahaan

Creative accounting dilakukan karena adanya motivasi diantaranya untuk mendapatkan bonus atau insentif, menarik kreditor dan investor agar mau menginvestasikan dananya pada perusahaan, dan mendapat respon positif atas penjualan saham perusahaan. Oleh karena itu, menurut Alit, (2017)manajemen berupaya melakukan *creative accounting* dengan cara memanfaatkan celah yang ada dalam standar penyusunan laporan keuangan. Berdasarkan sudut pandang *agency theory*, manajemen akan semaksimal mungkin mengoptimalkan laba supaya nilai perusahaan menjadi baik di mata pemilik modal dan investor. Sehingga kinerja manajemen akan dinilai baik pula oleh pemilik perusahaan. Menurut Hardinto, (2014), pemilihan metode akuntansi yang dilakukan pihak manajemen merupakan salah satu cara yang dilakukan sebagai bentuk maksimalisasi nilai perusahaan sesuai dengan sudut pandang masing-masing asalkan masih sesuai dengan SAK.Akan tetapi, *agency theory* menganggap bahwa manajemen akanmemanfaatkan oportunistis yang dimilikinya melalui *creative accounting* untuk kepentingannya sendiri sehingga informasi yang disajikan terdistorsi dan berakibat pada menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Sehingga akan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian Okoughenu (2019) menyimpulkan adanya pengaruh positif *creative accounting* terhadap nilai pasar perusahaan di Nigeria. Hasil penelitian milik Osazevbaru, (2012)jugamenunjukkan bahwa *creative accounting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena tingginya harga saham perusahaan dan berkurangnya kewajiban pembayaran pajak sebesar 18,2%.

Berdasarkan penjelasan tersebut,hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Creative accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini yakni perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Data memakai data sekunder karena sumbernya *financial statement* periode 2017-2019 yang didapat dari web Bursa Efek Indonesia dan perusahaan sampel. Metode pengambilan sampel yakni dengan cara *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2017-2019 yang laporan keuangannya diterbitkan secara lengkap	132
2.	Perusahaan dengan laba sebelum pajak bernilai negatif pada tahun 2017-2019	(64)
Jumlah sampel penelitian		68
Sampel untuk 3 tahun (2017-2019)		204
Outliers		(89)
Total sampel		115

Sumber: Data diolah penulis

Dari tabel kriteria sampel tersebut, jumlah sampel perusahaan yang digunakan adalah 68 perusahaan dengan total sampel untuk periode 3 tahun adalah sebanyak 204 sampel. Namun, terdapat data outliers sebanyak 89 sehingga dikeluarkan dari sampel. Oleh karena itu, total sampel sebanyak 115. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan bantuan IBM SPSS 22 untuk menganalisis data.

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak dalam unsur manajemen pajak sebagai langkah awal untuk mengumpulkan dan meneliti peraturan perpajakan untuk memfilter praktik penghematan pajak yang dapat dilakukan (Suandy, Erly 2017). Hal ini dilakukan agar manajemen tetap menjalankan kewajiban perpajakan dengan benar. Laba dan likuiditas tetap sesuai harapan manajemen meskipun ditekan seminimal mungkin jumlah pajaknya. Perencanaan pajak dilakukan wajib pajak pribadi ataupun badan, dengan mengambil kesempatan dari *adanyagrey area* pada peraturan perpajakan tanpa melanggarnya dan pajak yang dibayar dapat diminimalisir (Soemitro, 2011). *Effective Tax Rate* (ETR) pada penelitian ini menjadi perhitungan untuk mengukur perencanaan pajak. Ketika nilai ETR suatu perusahaan semakin mendekati angka nol maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut melakukan perencanaan pajak. Cara menghitung ETR yakni sebagai berikut:

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

Creative Accounting

Creative accounting menurut Oponu, Syarifah Hairani (2015) adalah suatu aktivitas manajemen untuk memengaruhi laporan keuangan baik dengan memilih metode akuntansi yang diterima oleh prinsip akuntansi maupun dengan memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk meraih keuntungan bagi perusahaan. Proksi yang dipakai yakni *discretionary accrual* dari model *modified jones*. Tahap yang ditempuh dalam mencari nilai *discretionary accrual* sebagai berikut:

a. Mencari nilai total akrual

$$TA_{it} = N_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan: N_{it} = laba bersih perusahaan periode t

CFO_{it} = arus kas operasi perusahaan periode t

b. Memisahkan *non-discretionary accruals* dan *discretionary accruals*

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Keterangan: TA_{it} = Total akrual perusahaan pada tahun t

A_{it-1} = Aset perusahaan tahun t-1

ΔREV = perubahan pendapatan perusahaan tahun t dengan tahun t-1

PPE_{it} = Aset tetap perusahaan tahun t

c. Menghitung *nondiscretionary accruals*

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{(\Delta REV - \Delta REC)}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Keterangan: NDA_{it} = *Non-discretionary accruals*

ΔREC = Perubahan piutang perusahaan tahun t dengan tahun t-1

d. Menghitung *discretionary accruals*

$$DA_{it} = \left(\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it} \right)$$

Nilai DA semakin mendekati 0 semakin kecil perusahaan melakukan *creative accounting*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaanyakni harga yang calon pembeli menyanggupinya untuk membayar dalam artian harga pasar suatu perusahaan jika perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2012).Tingginya kemakmuran pemilik perusahaan berbanding lurus dengan tingginya nilai perusahaan. Indikator nilai perusahaan untuk perusahaan penerbit saham di pasar modal adalah harga saham yang diperdagangkan di bursa. Tobin's Q dikembangkan oleh James Tobin dalam mengukur nilai perusahaan(Weston, 2014). Hasil dari perhitungan nilai perusahaan menggunakan Tobin's Q dapat melihat rendah tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan dianggap tinggi ketika nilainya lebih dari 1. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Tobin's Q yang penghitungannya dengan carasebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan:

Tobin's Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai kapitalisasi pasar (diperoleh dari *closing price* pada akhir tahun x jumlah saham

beredar pada akhir tahun)

EBV = Total ekuitas

D = Total liabilitas

Teknik Analisis Data

Pengujian Validitas Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 22. Analisis yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas. Setelah itu, dilakukan analisis regresi linear berganda.

Pengujian Hipotesis dengan Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis. Hipotesis penelitian yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1 : Perencanaan pajak dapat meningkatkan nilai perusahaan

H2 : *Creative accounting* dapat meningkatkan nilai perusahaan

Hipotesis ini diuji menggunakan model regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Tobin's Q

α = Konstanta

- β = Koefisien regresi yang menyatakan perubahan dari nilai Y ketika terjadi perubahan nilai X
 X_1 = ETR
 X_2 = DA
 e = *Error term* (tingkat kesalahan yang diduga dalam penelitian)

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian yang dilakukan pertama adalah uji normalitas. Data dianggap normal ketika nilai signifikansi melebihi 0,05. Berdasarkan tabel 2, nilai signifikansinya adalah $0,2 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini normal.

Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.21919727
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.060
Tes Statistics		.064
Asymp. Sig. (2tailed)		.200 ^{cd}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mendeteksi hubungan antarvariabel bebas dalam penelitian ini. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF setiap variabel bebas kurang dari 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel bebas. Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.890	.413		4.574	.000		
	ETR	-2.406	1.630	-.137	-1.476	.143	1.000	1.000
	DA	203.620	161.402	.117	1.262	.210	1.000	1.000

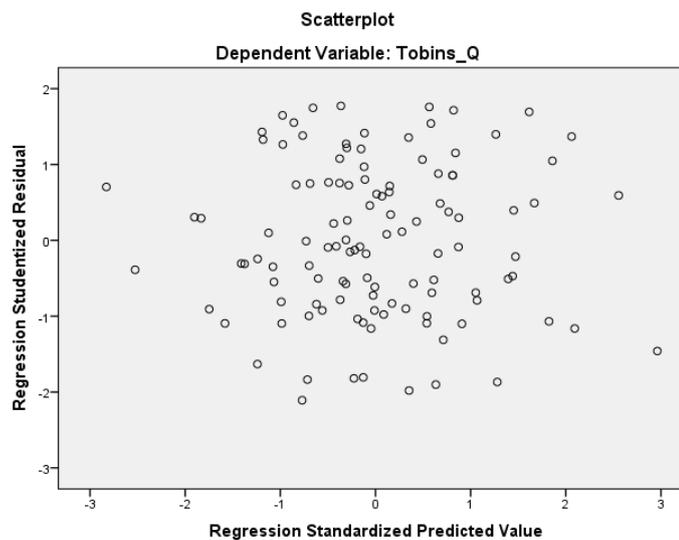
a. Dependent Variable: Tobins_Q

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Nilai *tolerance* kedua variabel adalah 1,000 yang berarti $>0,1$. Nilai VIF kedua variabel adalah 1,000 yang berarti kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mencari tahu adanya perbedaan variance residual untuk semua variabelnya. Uji ini dapat dilihat dari *scatterplot*. Pola yang tidak jelas pada *scatterplot* dan menyebarnya titik-titik di atas atau di bawah angka 0 sumbu Y berarti heteroskedastisitas tak terjadi. Hasil *scatterplot* dari uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 1. *Scatterplot*

Dari gambar tersebut terlihat bahwa pola dalam *scatterplot* menunjukkan pola yang tak jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah titik 0 sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh perencanaan pajak dan *creative accounting* terhadap nilai perusahaan. Dari pengolahan data yang dilakukan, hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.890	.413		4.574	.000
ETR	-2.406	1.630	-.137	-1.476	.143
DA	203.620	161.402	.117	1.262	.210

a. Dependent Variable: Tobins_Q

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Berdasarkan tabel 4, nilai dari kolom B pada baris pertama menunjukkan konstanta. Pada baris kedua dan ketiga dari kolom B menunjukkan nilai koefisien regresi dari variabel independen. Sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,890 - 2,406 \text{ ETR} + 203,62 \text{ DA} + e$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan variabel independen dan dependen secara parsial. Dari persamaan berikut, dapat diambil kesimpulan bahwa nilai constanta adalah 1,89, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel perencanaan pajak dan *creative accounting* (nilai X_1 dan $X_2 = 0$) maka nilai perusahaan sebesar 1,89. Nilai koefisien regresi perencanaan pajak adalah -2,406, artinya jika variabel perencanaan pajak meningkat 1% dengan asumsi variabel *creative accounting* dan konstanta adalah nol, maka perencanaan pajak berpengaruh negatif bagi nilai perusahaan. Sehingga semakin tinggi perencanaan pajak yang dilakukan akan membuat nilai perusahaan menurun. Nilai koefisien regresi *creative accounting* adalah 203,62, artinya jika variabel *creative accounting* meningkat 1% dengan asumsi variabel perencanaan pajak dan konstanta adalah nol, maka *creative accounting* berkontribusi positif bagi nilai perusahaan. Sehingga semakin tinggi *creative accounting* maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Uji t

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi ketika lebih sedikit dari 0,05 artinya berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 5. Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.890	.413		4.574	.000
	ETR	-2.406	1.630	-.137	-1.476	.143
	DA	203.620	161.402	.117	1.262	.210

a. Dependent Variable: Tobins_Q

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Dari tabel 5 terlihat bahwa nilai signifikansi variabel perencanaan pajak sebesar 0,143 yang berarti diatas 0,05 sehingga diartikan bahwa perencanaan pajak tidak memengaruhi nilai perusahaan. Nilai signifikansi variabel *creative accounting* adalah 0,210 yang berarti *creative accounting* juga tidak memengaruhi nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak dan *creative accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Variabel independen secara bersama-sama dianggap berpengaruh terhadap variabel dependen ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.687	2	.844	1.884	.157 ^b
	Residual	50.152	112	.448		
	Total	51.839	114			

a. Dependent Variable: Tobins_Q

b. Predictors: (Constant), Jones, ETR

Sumber: Hasil olahan data SPSS

Dari tabel 6 terlihat bahwa nilai signifikansinya adalah 0,157 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak dan *creative accounting* tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Hasil dari pengujian model regresi menunjukkan bahwa perencanaan pajak maupun *creative accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi dari proksi ETR sebesar 0,143 dan DA sebesar 0,210 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis pada penelitian ini ditolak. Hal ini kemungkinan terjadi karena pengukuran ETR berfungsi untuk mengetahui seberapa agresif suatu perusahaan dalam merespon dampak dari beban pajak terhadap laba perusahaan. Apabila hipotesis ditolak, berarti tinggi rendahnya perencanaan pajak tidak meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Dari hasil data yang diolah oleh peneliti, ditemukan nilai rata-rata ETR adalah sebesar 0,249 sedangkan tarif pajak yang dikenakan oleh pemerintah adalah sebesar 25%. Nilai rata-rata ETR yang hampir sama dengan tarif pajak badan menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan tidak berusaha melakukan perencanaan pajak karena telah membayar pajak sesuai dengan tarif yang ditentukan. Oleh karena itu, tingkat perencanaan pajaknya cenderung rendah. Sehingga, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *agency theory* yang menyatakan bahwa manajemen memanfaatkan oportunitas dengan melakukan perencanaan pajak untuk meningkatkan nilai perusahaan sebagai tanggung jawabnya kepada pemegang saham. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nike (2013) dan Yuliem (2018) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil pengujian, tinggi rendahnya praktik *creative accounting* yang dilakukan oleh manajemen tidak meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Berdasarkan olah data yang dilakukan peneliti, rata-rata nilai DA adalah 0,0002 yang hampir mendekati 0. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa praktik *creative accounting* yang dilakukan oleh perusahaan cenderung rendah. Berdasarkan sudut pandang *agency theory*, manajemen memanfaatkan oportunitas dengan membuat laporan keuangan seaneh mungkin sebagai cerminan kinerja manajemen. *Creative accounting* dilakukan untuk membantu pengoptimalan nilai perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan publik dan citra perusahaan. Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *agency theory*.

Hasil olah data yang dilakukan peneliti, rata-rata nilai Tobin's Q adalah 1,327 yang berarti nilainya lebih besar dari 1. Sehingga bisa dilihat bahwa perusahaan manufaktur yang diteliti rata-rata memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Tidak adanya pengaruh perencanaan pajak dan *creative accounting* terhadap nilai perusahaan, sedangkan rata-rata nilai perusahaan dari sampel penelitian tergolong tinggi yang berarti nilai perusahaan stabil tanpa perlu melakukan perencanaan pajak dan *creative accounting* yang agresif.

Hal ini bisa terjadi karena pemegang saham dan kreditor melihat kondisi perusahaan melalui laporan keuangan yang disajikan oleh manajemen. Pemegang saham juga cenderung hanya melihat dari sisi laba saja karena memercayakan wewenangnya untuk mengatur kegiatan perusahaan kepada manajemen. Oleh karena itu, selama tren laba perusahaan stabil atau cenderung meningkat, maka tidak akan memengaruhi keputusan dan kepercayaan pemegang saham dalam berinvestasi pada suatu perusahaan. Keputusan investor inilah yang akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pengolahan data yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perencanaan pajak dan *creative accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti tinggi rendahnya perencanaan pajak maupun *creative accounting* yang manajer lakukan

tidak memengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. Penyebabnya karena prioritas utama pemegang saham adalah laba perusahaan agar mendapatkan pengembalian atas modal yang tinggi. Sehingga, pemegang saham cenderung tidak memperhatikan praktik perencanaan pajak dan *creative accounting* yang dilakukan oleh manajemen apakah telah sesuai dengan peraturan perpajakan maupun standar akuntansi.

Saran yang dapat penulis berikan yakni diharapkan pengguna penelitian ini dapat mempertimbangkan pengaruh antarvariabel dalam penelitian ini sebelum membuat keputusan. Bagi manajer diharapkan dapat meningkatkan perencanaan pajak sesuai ketentuan perpajakan karena semakin kecilnya beban pajak yang dibayarkan tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Manajer juga dapat melakukan *creative accounting* sesuai standar akuntansi untuk efisiensi perusahaan karena tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bagi investor diharapkan memahami dan mempertimbangkan kegiatan yang dilakukan perusahaan yang akan menjadi tempat investasi bukan hanya berpatokan pada laba saja. Selain itu, saran bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan metode perhitungan lainnya atau jenis sektor perusahaan lainnya sebagai perbandingan serta memperluas wawasan, menambahkan periode pengamatannya agar mendapatkan hasil yang lebih akurat, serta menambahkan variabel lain yang relevan pada penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alit, N. N. (2017a). Creative Accounting Sebagai Informasi Yang Baik Atau Menyesatkan? *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 8(2), 103–111. <https://doi.org/10.26740/jaj.v8n2.p1-9>
- Alit, N. N. (2017b). Creative Accounting Sebagai Informasi Yang Baik Atau Menyesatkan? *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 8(2), 103–111. <https://doi.org/10.26740/JAJ.V8N2.P1-9>
- Djumena, E. (2019). *Kasus Garuda dan Misteri Akuntansi*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/07/18/152000526/kasus-garuda-dan-misteri-akuntansi?page=all>
- Hardinto, W. (2014). Analisa Kritis Terhadap Praktek Accounting Creative Dalam Perusahaan Yang Berbudaya Syariah (Studi Kasus Pada Layanan Kesehatan Yang Berbudaya Syariah). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 16(9), 2059. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol16.iss9.art3>
- Herawati, H., & Ekawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 873. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i1.7708>
- Husnan, S. dan P. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (6th ed.). UPP STIM YKPN.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Lestari, N., & Wardhani, R. (2015). The effect of the tax planning to firm value with moderating board diversity. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2010), 315–323.
- Minnick, K., & Noga, T. (2010). Do corporate governance characteristics influence tax management? *Journal of Corporate Finance*, 16(5), 703–718. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2010.08.005>
- Nike, Y. (2013). *Pengaruh Perencanaan Pajak dan Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan*. 1–13.
- Okoughenu, S. A., Evbota, C. I., & Amughoru, O. A. (2019). *Creative Accounting Practices and International Financial Reporting Standards Adoption in Nigeria: Listed Non-Financial Services Companies in Perspective*. 2012, 69–74.
- Oponu, S. H. (2015). *Persepsi Akuntan Publik dan Konsultan Pajak terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Kasus pada Akuntan Publik dan Konsultan Pajak di Kota Malang)*. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik.
- Osazevbaru, H. O. (2012). Creative Accounting and Firm ' S Market Value in Nigeria. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(3), 38–50.
- Pradnyana, I. B. G. P., & Noviyari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1398–1425.
- Prastiwi, D. (2018). *Does Corporate Governance Moderate the Effect of Earnings Management on Tax Aggressiveness*. 108(SoSHEC 2017), 8–13. <https://doi.org/10.2991/soshec-17.2018.2>

-
- Rahma, A. (2020). *BPK: Jiwasraya Manipulasi Laporan Keuangan dari Rugi Jadi Laba di 2006*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4151062/bpk-jiwasraya-manipulasi-laporan-keuangan-dari-rugi-jadi-laba-di-2006>
- Silaban, P. J. J. dan D. S. (2013). *Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Ekuitas Perusahaan dengan Tata Kelola Perusahaan sebagai Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Penelitian 2009-2011*. Universitas Indonesia.
- Soemitro, R. (2011). *Asas dan Dasar Perpajakan*. Rafika Aditama.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Pajak* (6th ed.). Salemba Empat.
- Tarmidi, D., & Murwaningsari, E. (2019). The Influence of Earnings Management and Tax Planning on Firm Value with Audit Quality as Moderating Variable. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(4), 49–58. <https://doi.org/10.7176/rjfa/10-4-06>
- Yuliem, M. (2018). *Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sektor Non Keuangan Yang*. 7(1), 520–540.
- Yuono, C. A. S., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 5(6), 1–19. <http://ejournal.upi.edu/index.php/JRAK/article/view/7708>