

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Berdasarkan pada *grand theory* keuangan yang telah mapan, pada bukunya Silvia Indrarini (Silvia Indrarini, 2019) mengutip *Agency Theory* (Jensen & Meckling, 1976) yang menyebutkan bahwa antara pemilik dan manajemen mempunyai kepentingan yang berbeda. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya keterkaitan antara pihak *principal* yaitu pemilik (pemegang saham) dengan pihak *agent* yaitu manajer (pihak yang diberi wewenang oleh para pemegang saham). Masing-masing pihak berusaha untuk meningkatkan keuntungannya sendiri karena adanya berbagai kepentingan. *Principal* menginginkan *return* yang maksimal dan secepatnya atas investasinya, sementara *agent* menginginkan kepentingan atas kinerjanya diakomodir seoptimal mungkin.

Ilham Aulia Hendra dan Erinoss NR (Aulia Hendra & NR, 2020) mengutip Jensen dan Meckling (1976), hubungan keagenan ialah suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (*principal*) memerintah orang lain (*agent*) untuk melaksanakan suatu jasa atas nama *principal* serta memberi kuasa kepada *agent* membuat keputusan yang optimal bagi *principal*. Namun, karena adanya kemungkinan *agent* tidak bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*, *principal* harus mendelegasikan otoritas pembuatan keputusan kepada manajer untuk menjaga lancarnya hubungan kontraktual.

2. Teori Sinyal

Menurut teori sinyal, perusahaan memiliki alasan untuk menyampaikan informasi mengenai laporan keuangan mereka kepada pihak eksternal. Motivasi ini didasarkan pada asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak eksternal, sehingga perusahaan ingin mengungkapkan informasi tersebut (Bergh, D. D., Connelly, B. L., Ketchen Jr, D. J., & Shannon, L. M.).

Hubungan antara penelitian ini dan teori sinyal adalah tindakan manajemen yang memberikan petunjuk kepada investor mengenai masa depan perusahaan. Manajemen memberikan informasi melalui laporan keuangan yang menjadi sinyal bagi para investor untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk berinvestasi yang berdampak pada nilai perusahaan.

B. Nilai Perusahaan

1. Pengertian Nilai Perusahaan

Dalam buku (Toni & Silvia, 2021) Husnan dan Pudjiastuti menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang diusulkan oleh calon pembeli saat perusahaan tersebut dijual. Ia berpendapat bahwa harga yang tercipta di pasar merupakan hasil dari keseimbangan antara permintaan dan penawaran, yang dicapai melalui transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara emiten dan investor. Keseimbangan ini disebut sebagai ekuilibrium pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rinnaya *et al.*, 2016) menyimpulkan bahwa masyarakat memberikan nilai pada perusahaan setelah melalui suatu tahapan kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut dibentuk hingga masa kini. Nilai ini merupakan persepsi kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Sari dan Irawati dalam jurnalnya (Sari & Irawati, 2022) mengutip (Ayem & Tia, 2019) nilai perusahaan sering dihubungkan dengan harga saham oleh para investor sebagai persepsi terhadap tingkat keamanan perusahaan. Nilai perusahaan juga meningkat bersamaan dengan harga saham yang tinggi, yang meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa mendatang. Dinyatakan bahwa kesejahteraan pemegang saham akan meningkat dengan adanya harga saham yang besar.

2. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan pastinya memiliki tujuan yang akan dicapai dalam periode tertentu. Tujuan perusahaan harus mementingkan kesejahteraan para

pemegang saham dan bermanfaat bagi masyarakat luas yang berada pada lingkungan perusahaan. Tujuan perusahaan yaitu:

a. Mencapai laba maksimal

Kegiatan perusahaan harus dilakukan secara efektif dan efisien agar tujuan yang dicita-citakan dapat tercapai dengan biaya yang minimal. Konsep efektif melibatkan tuntutan terhadap hasil yang diinginkan, sementara efisien berhubungan dengan pengelolaan sumber daya secara optimal untuk mencapai tujuan.

b. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*)

Keberlangsungan hidup perusahaan dikaitkan dengan kemampuan memperoleh laba. Laba yang diperoleh harus cukup untuk memastikan bahwa perusahaan dapat bertahan di masa depan. Oleh karena itu, kelangsungan hidup perusahaan akan terus diamati melalui upaya untuk memperoleh laba yang maksimal.

c. Mencapai kesejahteraan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan

Dalam memaksimalkan laba yang sebesar-besarnya diharapkan dapat berimbang terhadap keadaan lingkungan masyarakat disekitar perusahaan. Prestasi yang diperoleh manajemen jika dapat mensejahterakan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan inilah yang ditanamkan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersangkutan.

Ketiga tujuan diatas saling berkaitan antar satu dengan yang lain. Tujuan perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal dimaksudkan agar perusahaan dapat hidup berkesinambungan ke depan. Maka dari itu untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, harus berusaha memperoleh dan mencapai laba yang maksimal dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan.

Manajemen perusahaan berusaha memperoleh laba maksimal dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, yang dapat berpengaruh positif pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan perusahaan. Prestasi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan dan menarik perhatian investor untuk berinvestasi.

3. Karakteristik Nilai Perusahaan

Menurut penelitian (Christiani *et al.*, 2022) nilai perusahaan mempunyai beberapa karakteristik antara lain:

- a. Perusahaan membayar dividen selama memperoleh nilai perusahaan, sehingga pendapatan yang diperoleh dari bagi hasil nilai perusahaan menjadi lebih tidak pasti.
- b. Pemegang nilai perusahaan memiliki hak untuk mempengaruhi kebijakan perusahaan melalui rapat umum pemegang saham nilai perusahaan, dengan tingkat pengaruh yang sesuai dengan besar kepemilikan nilai perusahaan yang dimilikinya.
- c. Pemegang nilai perusahaan memiliki hak terakhir dalam hal pembagian aset perusahaan saat perusahaan dilikuidasi (dibubarkan) setelah semua kewajiban perusahaan terselesaikan.
- d. Tanggung jawab terbatas terhadap klaim pihak lain sebesar proporsi nilai perusahaan diterima oleh pemegang nilai perusahaan. Hak kepemilikan nilai perusahaan dapat dialihkan kepada pihak lain oleh pemegang nilai perusahaan.

4. Pengukuran Nilai Perusahaan

Silvia Indrarini (Silvia Indrarini, 2019) dalam bukunya menyatakan bahwasannya dalam penjelasan Weston & Copeland (2010), ditegaskan bahwa nilai perusahaan dapat diamati melalui metode penilaian rasio atau rasio pasar yang merupakan indeks yang paling menyeluruh untuk mengukur kinerja suatu perusahaan yang terdiri dari:

- a. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dan nilai buku saham.
- b. *Market to Book Ratio* (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku saham.
- c. *Market to Book Assets Ratio* yaitu ekspektasi pasar mengenai nilai peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan diukur melalui perbandingan antara nilai pasar aset dan nilai buku aset.

- d. *Market Value of Equity* (MVE) yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan diperkirakan oleh pelaku pasar, dihitung dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga per saham.
- e. *Enterprise Value* (EV) yaitu nilai pasar kapitalis dihitung dengan menjumlahkan harga pasar saham, total kewajiban, *minority interest* dan saham preferensi, lalu dikurangi dengan jumlah kas dan setara kas.
- f. *Price Earnings Ratio* (PER) yaitu harga yang diyakini akan diterima oleh pemilik apabila perusahaan tersebut dijual kepada pembeli.
- g. Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dapat dihitung dengan membandingkan harga saham yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

C. Manajemen Laba

1. Pengertian Manajemen Laba

Sri Sulistyanto dalam bukunya (Sri Sulistyanto, 2008) mengatakan bahwa secara umum, manajemen laba diketahui sebagai tindakan manajer perusahaan untuk memanipulasi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan untuk memberikan gambaran yang memihak pada pemangku kepentingan yang ingin mengetahui kinerja dan situasi perusahaan.

Manajer melakukan pengambilan keputusan dalam pelaporan keuangan dan mengolah transaksi untuk mempermudah stakeholder mengetahui kinerja ekonomi perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan kontrak kerja. Mereka memperhatikan angka-angka dalam laporan keuangan akuntansi seperti yang dikemukakan oleh Healy dan Wahlen (1999) dan diterangkan dalam buku (Dompok Pasaribu, 2021).

Suatu tindakan yang terkait dengan pemilihan kebijakan akuntansi dapat didefinisikan sebagai manajemen laba, dengan tujuan tertentu seperti peningkatan nilai perusahaan atau kepentingan pribadi manajemen perusahaan seperti yang dipaparkan dalam jurnal (Febriyanti, 2021).

Riswandi dan Yuniarti dalam penelitian mereka (Riswandi & Yuniarti, 2020), menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang disengaja oleh manajemen untuk mempengaruhi laporan keuangan dalam batas yang diperbolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi.

2. Motivasi Manajemen Laba

Menurut Scott (1997) dalam jurnal (Putra, 2018), faktor-faktor yang mendorong manajer melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut:

a. Rencana bonus (*bonus scheme*)

Manajer yang bekerja di perusahaan yang menggunakan bonus akan mencoba mengatur laporan laba mereka untuk memaksimalkan jumlah bonus yang mereka terima dan mendapatkan bonus tertinggi.

b. Kontrak utang jangka panjang (*debt covenant*)

Semakin mendekati waktu pelanggaran perjanjian utang, maka akan semakin besar kecenderungan bagi para manajer untuk memilih metode akuntansi yang memindahkan laba masa depan ke periode saat ini dengan harapan untuk mengurangi risiko pelanggaran kontrak utang perusahaan.

c. Motivasi politik (*political motivation*)

Laba dari perusahaan-perusahaan besar dan strategis seringkali diturunkan untuk mengurangi tingkat visibilitas, terutama saat masa kemakmuran yang tinggi. Hal ini dilakukan dengan harapan memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah.

d. Motivasi perpajakan (*taxation motivation*)

Mengurangi laba yang dilaporkan seringkali dilakukan oleh perusahaan sebagai motivasi untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

e. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

CEO yang akan pensiun atau kontraknya akan berakhir akan berusaha memaksimalkan laporan laba untuk meningkatkan bonus yang diterima. Manajer dengan kinerja buruk juga melakukan hal yang sama untuk menghindari pemecatan dengan meningkatkan laba.

f. Penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*)

Informasi keuangan yang terdapat dalam prospektus saat melakukan IPO sangat penting bagi para investor potensial. Ini karena informasi

tersebut dapat mempengaruhi keputusan mereka terkait nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajer akan berusaha meningkatkan jumlah laba yang dilaporkan untuk mempengaruhi keputusan investor.

3. Teknik Manajemen Laba

Dalam penelitian yang ditulis oleh (Arviani, 2019), yang mengacu pada penelitian Scott (2015), disebutkan bahwa motivasi manajer dapat dipengaruhi oleh manajemen laba, karena manajer dapat menggunakan manajemen laba untuk memastikan kompensasi mereka stabil dari waktu ke waktu dan mengurangi risiko kompensasi. Empat pola manajemen laba dikenali, yaitu:

a. *Taking a bath*

Pola manajemen laba "*taking a bath*" biasanya muncul pada saat perusahaan sedang mengalami tekanan organisasi atau melakukan restrukturisasi. Hal ini terjadi dengan membuat laba periode berjalan menjadi sangat rendah atau sangat tinggi dibandingkan periode sebelumnya atau sesudahnya. Pola ini seringkali terjadi selama masa tekanan organisasi atau saat terjadi pergantian CEO baru.

b. *Income minimization*

Manajemen laba melibatkan penghapusan aset nyata dan tak berwujud serta membebaskan biaya R&D. Salah satu alasan mengurangi laba adalah peraturan pajak dan motif politik. *Income minimization* adalah pola manajemen laba yang bertujuan untuk menurunkan laba yang dilaporkan pada laporan keuangan selama periode dibandingkan dengan laba sebenarnya. Hal ini dilakukan saat profitabilitas perusahaan tinggi, dengan tujuan untuk menghindari perhatian politik. Kebijakan yang diambil meliputi penghapusan aset tak berwujud, pembebanan biaya iklan, biaya R&D dan lainnya.

c. *Income maximization*

Praktik manajemen laba ini biasanya dilakukan oleh manajer untuk memaksimalkan pendapatan bonus dan menghindari risiko pelanggaran perjanjian utang. Bonus yang berdasarkan besarnya laba akan mendorong manajer untuk mengoptimalkan laba. Salah satu upaya untuk mengoptimalkan laba adalah dengan memanfaatkan praktik manajemen

laba. Maksimisasi laba adalah pola manajemen laba yang bertujuan untuk meningkatkan laba yang dicatat pada laporan keuangan periode tertentu dibandingkan dengan laba sebenarnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapat bonus yang lebih besar, meningkatkan keuntungan dan menghindari pelanggaran kontrak utang jangka panjang.

d. Income Smoothing

Manajer melakukan praktik manajemen laba untuk berbagai alasan. Dalam hal kompensasi, manajer yang tidak suka risiko mungkin melakukan perataan laba untuk menerima kompensasi yang relatif stabil. Terkait dengan perjanjian utang, perataan laba dilakukan untuk mengurangi ketidakstabilan laba yang dilaporkan, sehingga mengurangi kemungkinan pelanggaran perjanjian utang. Manajer juga melakukan perataan laba untuk mengurangi risiko dipecah karena ini mengurangi kemungkinan pelaporan laba rendah. Perataan laba adalah bentuk manajemen laba yang bertujuan membuat laba akuntansi relatif konsisten (rata) dari periode ke periode. Dalam hal ini, manajemen dengan sengaja menurunkan atau meningkatkan laba untuk mengurangi fluktuasi dalam pelaporan laba, sehingga perusahaan terlihat stabil atau memiliki risiko rendah.

4. Pengukuran Manajemen Laba

Berikut merupakan model-model pengukuran manajemen laba menurut (Suyono, 2017):

a. Model Healy

Healy Model (1985) menguji manajemen laba dengan membandingkan rata-rata total akrual di seluruh variabel pembagian manajemen laba. Studi Healy berbeda dengan kebanyakan studi manajemen laba lainnya karena ia memprediksi bahwa manajemen laba sistematis terjadi dalam setiap periode.

b. Model DeAngelo

DeAngelo (1986) menguji manajemen laba dengan menghitung perbedaan pertama dalam total akrual, dan dengan mengasumsikan bahwa perbedaan pertama memiliki nilai nol yang diharapkan berdasarkan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada manajemen laba. Model ini

menggunakan total akrual periode lalu (diskalakan dengan total aset t-1) sebagai ukuran akrual nondiskretioner.

c. Model Jones

Jones (1991) mengusulkan sebuah model yang menyederhanakan anggapan bahwa akrual nondiskretioner bersifat konstan. Modelnya mencoba mengendalikan efek perubahan pada lingkungan ekonomi perusahaan terhadap akrual nondiskretioner.

d. Dechow *et al.* (1995)

Menjelaskan bahwa hasil perhitungan Model Jones menunjukkan bahwa model tersebut berhasil menjelaskan sekitar seperempat variasi total akrual. Asumsi yang tersirat dalam model Jones adalah bahwa pendapatan bukan diskresioner. Jika pendapatan dikelola melalui pendapatan discretionary, maka Model Jones akan menghapus sebagian dari pendapatan yang dikelola dari proksi akrual diskresioner.

e. Model Industri

Dechow dan Sloan (1991) menyusun model pengukuran manajemen laba yang dikenal dengan Model Industri. Serupa dengan Model Jones, Model Industri menyederhanakan anggapan bahwa akrual nondiskretioner konstan sepanjang waktu. Namun, alih-alih mencoba secara langsung memodelkan faktor penentu akrual nondiskretioner, Model Industri mengasumsikan bahwa variasi dalam faktor penentu akrual nondiskretioner adalah umum di seluruh perusahaan di industri yang sama.

f. Model Modifikasi Jones

Dechow *et al.* (1995) mempertimbangkan versi modifikasi Model Jones dalam analisis empiris. Modifikasi ini dirancang untuk menghilangkan kemungkinan dugaan Model Jones untuk mengukur akrual diskresioner dengan kesalahan ketika diskresi manajemen dilakukan terhadap pendapatan. Dalam model yang dimodifikasi, akrual nondiskretioner diperkirakan selama periode peristiwa (yaitu, selama periode di mana manajemen laba dihipotesakan).

g. Model Dechow-Dichev

Dechow dan Dichev (2002) mengajukan sebuah model yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas akrual dalam laba yang tersaji di laporan keuangan. Pengukuran didasari pada sebuah observasi yang menemukan bahwa akrual akan mampu menyesuaikan perubahan arus kas dari waktu ke waktu.

h. Model Kothari

Kothari *et al.* (2005) berupaya menyempurnakan Model Jones, dengan menambahkan perubahan *return on assets* (ROA) untuk mengontrol kinerja. Dengan kata lain, model ini hanya menambahkan perubahan ROA dalam penghitungan akrual diskresioner. Model ini berargumen bahwa memasukan unsur ROA dalam penghitungan akrual diskresioner akan dapat meminimalkan kesalahan spesifikasi, sehingga akan mampu mengukur manajemen laba secara lebih akurat

i. Model Stubben

Stubben (2010) menjelaskan bahwa model discretionary revenue (pendapatan diskresioner) lebih mampu mengatasi bias dalam pengukuran manajemen laba jika dibandingkan dengan akrual diskresioner. Hal ini karena model akrual diskresioner banyak menerima kritik akibat adanya bias dari gangguan kesalahan dalam melakukan estimasi atas diskresi manajer. Sehingga Stubben (2010) berargumentasi akan perlunya mengatasi bias tersebut dengan cara memusatkan perhatian pengukuran manajemen laba pada salah satu factor pembentuk laba. Dia berargumen bahwa pendapatan merupakan komponen terbesar yang menyumbangkan laba perusahaan dan juga sebagai subjek utama diskresi manajer, sehingga dengan memfokuskan pada pendapatan akan diperoleh estimasi diskresi yang lebih akurat untuk mengukur praktik manajemen laba.

j. Model Pendekatan Baru

Dechow *et al.* (2011) mengusulkan sebuah pendekatan baru untuk mendeteksi manajemen laba yang sekaligus meningkatkan daya uji dan spesifikasi untuk meminimalkan besaran kesalahan estimasi dari model akrual diskresioner yang sebelumnya. Pendekatan ini mengeksploitasi

karakteristik inheren manajemen laba berbasis akrual yang telah banyak diabaikan dalam penelitian sebelumnya. Secara khusus, penelitian ini menjelaskan bahwa setiap pengelolaan laba berbasis akrual dalam satu periode harus berbalik dalam periode lain (*reversal*). Jika peneliti memiliki perkiraan waktu yang tepat mengenai periode dimana manajemen laba diharapkan berbalik, kekuatan dan spesifikasi pengujian untuk manajemen laba dapat ditingkatkan secara signifikan dengan menggabungkan efek pembalikan ini. Misalnya, jika peneliti sama-sama akurat dalam memprediksi periode di mana manajemen laba terjadi dan periode di mana manajemen laba berbalik, kekuatan pengujian manajemen laba dapat meningkat akurasi lebih dari 40% dengan memasukkan faktor pembalikan.

D. Profitabilitas

1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu (Ernawati dan Widya, 2015) menurut buku (Hery, 2017). Profitabilitas dihasilkan dari kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen organisasi. Rasio profitabilitas menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam hal pengelolaannya secara keseluruhan (Pearce & Robinson, 2007). Profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, memungkinkan perusahaan untuk memprediksikan laba yang akan diterimanya baik saat ini maupun di masa depan.

2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat yang meluas, bukan hanya bagi pemilik bisnis atau manajemen, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama bagi mereka yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan (Kasmir 2011, hlm.197) dalam buku (Prananditya *et al.*, 2021).

Beberapa tujuan mengapa rasio profitabilitas digunakan baik oleh perusahaan maupun oleh pihak luar perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

3. Pengukuran Profitabilitas

Terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

- a. *Return on Assets* (ROA)

ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimilikinya. Ini sangat penting bagi manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi pengelolaan aktiva perusahaan. Semakin tinggi ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan, atau dengan kata lain, dapat menghasilkan laba yang lebih besar dengan jumlah aktiva yang sama.

- b. *Return on Equity* (ROE)

ROE mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. Rasio ini sangat penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan ekuitas yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

Semakin tinggi ROE, berarti semakin efisien penggunaan ekuitas oleh manajemen perusahaan.

c. *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio mengukur keefektifan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan jumlah penjualan yang tercapai. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. Ada dua formula untuk menghitung profit margin, yaitu:

1) *Gross Profit Margin*

Gross Profit Margin menunjukkan laba relatif perusahaan, dengan cara membandingkan laba bersih dengan penjualan bersih. Rasio ini digunakan sebagai cara untuk menentukan harga pokok penjualan.

2) *Net Profit Margin*

Net profit margin adalah ukuran keuntungan yang mengukur laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan terhadap penjualan.

d. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki.

E. Perencanaan Pajak

1. Pengertian Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak adalah cara dimana perusahaan merencanakan untuk meminimalisasi beban pajak mereka sambil tetap mematuhi peraturan perpajakan (Sari & Irawati, 2022).

Perencanaan pajak dikonseptualisasikan sebagai tindakan yang bertujuan untuk mengurangi hutang pajak melalui optimalisasi transaksi wajib pajak, dengan tetap mematuhi aturan perpajakan. Oleh karena itu, perencanaan pajak dianggap sebagai tindakan yang sah dan dibenarkan selama masih sesuai dengan regulasi perpajakan yang berlaku (Dewi & Nuswantara, 2021).

Dalam jurnal (Luhglatno & Novius, 2019) menyatakan bahwa proses perencanaan pajak adalah upaya membentuk usaha atau kelompok wajib pajak sehingga, sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku, pajak penghasilan dan kewajiban pajak lainnya dapat berada pada tingkat minimum.

2. Motivasi Perencanaan Pajak

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan motivasi sebagai usaha membujuk seseorang atau sekelompok orang tertentu untuk melakukan sesuatu karena keinginan untuk mencapai suatu tujuan atau merasakan kesenangan dari perbuatannya.

Erly Suandy menjelaskan dalam bukunya (Erly Suandy, 2016) bahwa sumber dasar yang memotivasi pelaksanaan perencanaan pajak umumnya berasal dari tiga unsur perpajakan, yaitu:

a. Kebijakan perpajakan (*tax policy*)

Dalam sistem perpajakan, berbagai masalah yang perlu diselesaikan dapat diselesaikan dengan alternatif kebijakan perpajakan. Faktor-faktor yang memotivasi perencanaan pajak berbeda berdasarkan aspek-aspek kebijakan perpajakan seperti jenis pajak yang dikenakan, siapa yang menjadi subjek pajak, apa yang menjadi objek pajak, tarif pajak, dan bagaimana cara pembayaran pajak dilakukan.

b. Undang-undang perpajakan (*tax law*)

Mengetahui bahwa tidak ada aturan yang sempurna dalam mengatasi masalah dan seringkali implementasi peraturan bertentangan dengan undang-undang itu sendiri karena dipesan sesuai dengan kepentingan pembuat kebijakan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini menciptakan peluang bagi wajib pajak untuk mempertimbangkan kesempatan tersebut dan melakukan perencanaan pajak yang baik.

c. Administrasi perpajakan (*tax administration*)

Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang masih mengalami kesulitan dalam mengelola administrasi pajak secara efektif karena memiliki wilayah yang luas dan populasi yang besar. Untuk menghindari sanksi administrasi dan pidana yang mungkin terjadi akibat perbedaan

interpretasi antara fiskus dan wajib pajak, perusahaan dorongan untuk melakukan perencanaan pajak yang baik karena banyaknya aturan pajak yang berlaku dan sistem informasi yang belum efektif.

3. Tujuan Perencanaan Pajak

Menurut (Erly Suandy, 2016) dengan memanfaatkan peraturan yang ada, beban pajak dapat dikurangi sebanyak mungkin, meskipun tujuan ini berbeda dari tujuan dari pembuat undang-undang, sehingga menjadi tujuan dari perencanaan pajak. Bertujuan untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak, karena pajak mengurangi laba yang tersedia untuk dibagikan kepada pemegang saham atau diinvestasikan kembali, maka perencanaan pajak mirip dengan *tax avoidance*. Oleh karena itu, kedua hal ini memiliki tujuan yang sama.

Tujuan perencanaan pajak secara umum adalah sebagai berikut:

a. Meminimalisasi beban pajak yang terutang

Dalam rangka perencanaan pajak, tindakan yang diambil haruslah mengefisienkan beban pajak yang berada dalam ruang lingkup pemajakan dan tidak melanggar peraturan perpajakan.

b. Memaksimalkan laba setelah pajak

Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus.

c. Memenuhi kewajiban perpajakannya secara benar, efisien dan efektif, sesuai dengan ketentuan perpajakan, yang antara lain meliputi:

- 1) Menjalankan semua peraturan administratif untuk menghindari dari penerapan sanksi, baik sanksi administratif maupun pidana, seperti bunga, kenaikan, denda, dan hukuman penjara.
- 2) Menjalankan segala peraturan perpajakan yang berhubungan dengan aktivitas bisnis seperti penjualan, pembelian, dan keuangan dengan efektif, termasuk memotong dan mengumpulkan pajak (PPH pasal 21, pasal 22 dan pasal 23).

4. Strategi Perencanaan Pajak

Dalam penelitian (Pratami *et al.*, 2019) berpendapat bahwa ada tiga cara perusahaan dapat mengurangi besarnya pajak, yaitu:

a. *Tax Avoidance*

Dengan memanfaatkan celah dalam undang-undang perpajakan, *tax avoidance* adalah metode dan strategi untuk menghindari membayar pajak secara sah dan aman bagi wajib pajak, karena tidak melanggar aturan perpajakan.

b. *Tax Evasion*

Tindakan dan strategi untuk menghindari pembayaran pajak secara ilegal adalah penghindaran pajak yang tidak sah dan berbahaya bagi masyarakat. Ini dilakukan dengan tidak mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku dan melanggar hukum pajak.

c. *Tax Saving*

Strategi penghematan pajak adalah tindakan untuk mengurangi beban pajak secara sah dan aman, sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku.

5. Pengukuran Perencanaan Pajak

Pengukuran untuk tindakan perencanaan pajak dapat diukur dengan beberapa proksi, yaitu:

a. *Effective Tax Rates*

Efektifitas pengelolaan beban pajak suatu perusahaan diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR), yang membandingkan beban pajak dengan pendapatan bersih perusahaan. Semakin rendah persentase ETR, semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola efektivitas pajaknya (Gloria & Apriwenni, 2020).

b. *Book Tax Difference*

Book tax differences mengacu pada perbedaan antara jumlah laba akuntansi atau laba komersial dan penghasilan kena pajak atau laba fiskal. Laba akuntansi adalah laba bersih atau rugi untuk satu periode yang belum dikurangi dengan biaya pajak, yang dihitung berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum dan bertujuan untuk menilai kinerja ekonomi, sementara laba fiskal adalah laba bersih atau rugi untuk satu periode yang dihitung berdasarkan hukum dan peraturan perpajakan dan

bertujuan menjadi dasar perhitungan pajak (Poernomo, 2008) dalam penelitian (Rianto & Murtiani, 2019).

c. Tax Shelter

Menurut pendapat Bankman, motivasi dari transaksi pajak berdasarkan interpretasi harfiah dari regulasi pemerintah yang tidak selaras dengan tujuan legislasi awalnya disebut *tax shelter* (Herawati & Ekawati, 2016).

d. Cash Effective Tax Rate

Sebagai alat pengukur dalam perencanaan pajak jangka pendek, *Cash Effective tax rate* (CETR) digunakan sebagai salah satu cara untuk membantu menentukan strategi pajak jangka pendek. *Cash Effective Tax Rate* (CETR) sangat cocok untuk menggambarkan aktivitas penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan karena tidak terpengaruh oleh perubahan estimasi seperti penyisihan penilaian atau perlindungan pajak (Herawati & Ekawati, 2016).

F. Keterkaitan Antara Variabel

1. Hubungan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Dengan turunnya nilai saham suatu perusahaan, tentu investor juga enggan untuk menginvestasikan uang mereka kepada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, manajer biasanya melakukan Manajemen Laba untuk mempertahankan pendapatan perusahaan agar terlihat stabil dan juga terkadang untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan agar terlihat baik dimata investor (Wijaya, 2018).

Manajemen laba memiliki pengaruh terhadap nilai suatu perusahaan, namun hanya untuk periode waktu tertentu dan tidak dapat memperkuat nilai perusahaan secara jangka panjang karena melibatkan tindakan untuk memodifikasi laporan keuangan, seperti menambahkan atau mengurangi laba dengan memilih kebijakan akuntansi yang subjektif dan sesuai dengan kepentingan manajemen.

2. Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualannya, total aktiva, dan modal sendiri disebut profitabilitas (Sartono, 2010: 122) seperti yang dikutip dalam buku (Siregar, 2021). Jika sebuah perusahaan menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi, itu dianggap baik di mata investor dan juga menunjukkan bahwa manajemen mampu menggunakan asetnya dengan efektif untuk menghasilkan laba yang tinggi. Sebaliknya, tingkat profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa manajemen gagal memaksimalkan aset perusahaan.

Semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, semakin tinggi keyakinan investor pada perusahaan tersebut, yang menyebabkan kenaikan harga saham dan oleh karena itu, meningkatnya nilai perusahaan. (Utomo & Christy, 2017).

3. Hubungan Keberadaan Perencanaan Pajak Sebagai Variabel Pemoderasi

Pajak memiliki posisi yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menopang negara, hal ini membuat pajak menjadi bagian yang unik dan istimewa. Walau begitu, bagi masyarakat, pajak terutang bisa dibuat sedikit atau bahkan tidak dibayar sama sekali melalui berbagai metode karena pajak diperlihatkan sebagai hal yang bisa menghambat bisnis atau usaha.

Masyarakat menganggap bahwa perusahaan harus berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan umum melalui pembayaran pajak. Di lain pihak, perusahaan melihat bahwa melakukan tindakan untuk menghindari pembayaran pajak dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi mereka. Salah satu cara perusahaan untuk meminimalisasi pembayaran pajak adalah melalui perencanaan pajak. Perencanaan pajak dianggap sebagai strategi yang efektif dan legal, sehingga perusahaan dapat mengaplikasikannya dengan mempertimbangkan risiko dan keuntungan yang akan didapatkan (Indi & Sunaryo, 2017).

Pada intinya, perusahaan melakukan perencanaan pajak dengan tujuan untuk meminimalisir pajak yang harus dibayar sehingga mereka dapat

memperoleh keuntungan yang maksimal setelah pajak dan hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan (Herawati & Ekawati, 2016).

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, penulis menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu sebagai dasar dan acuan dalam penyusunan penelitian. Kajian yang digunakan yaitu mengenai Manajemen Laba dan Profitabilitas yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan yang Dimoderasi oleh Perencanaan Pajak. Berikut penelitian terdahulu yang mendukung penelitian penulis:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Reeza Aldila Rajab, Alfiyyah Nikmah Taqiyyah, Fitriyani Fitriyani, Khairina Amalia (2022)	Pengaruh <i>tax planning</i> , <i>tax avoidance</i> , dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan	<i>Tax Planning</i> , <i>Tax Avoidance</i> , Manajemen Laba	1. <i>Tax planning</i> tidak berpengaruh. 2. <i>Tax avoidance</i> tidak berpengaruh. 3. Manajemen laba berpengaruh negatif signifikan.
2	Elvira Yeni Putri, Fitri Yeni, Sigit Sanjaya (2021)	Pengaruh Manajemen Laba, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel <i>Moderating</i>	Manajemen Laba, Struktur Modal, Profitabilitas	1. Manajemen laba berpengaruh tidak signifikan. 2. Struktur modal berpengaruh signifikan. 3. Profitabilitas berpengaruh signifikan.
3	Pedi Riswandi dan	Pengaruh Manajemen Laba	Manajemen Laba	Manajemen laba berpengaruh positif signifikan.

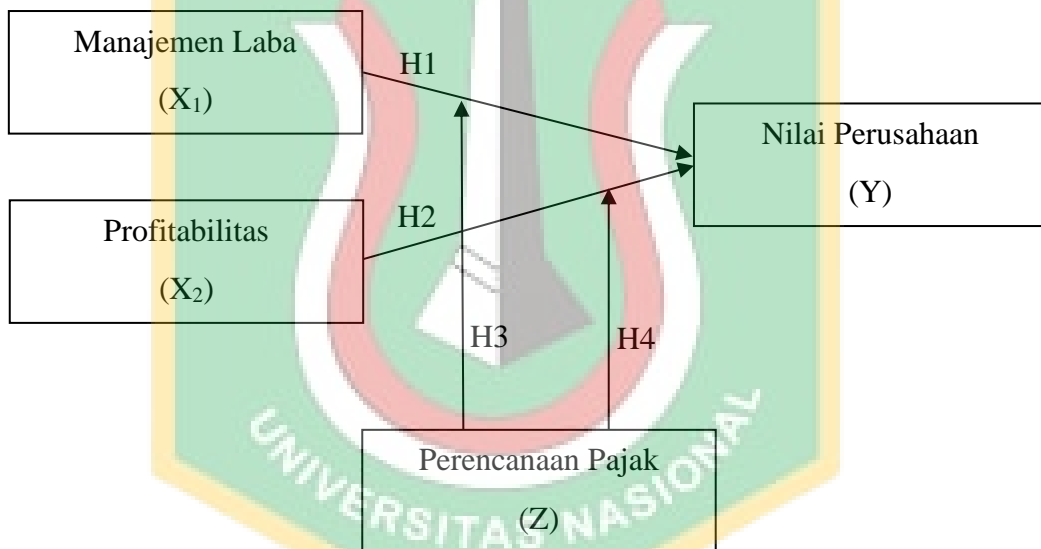
	Rina Yuniarti (2020)	Terhadap Nilai Perusahaan		
4	Rheny Afriana Hanif, Fajar Odiatma (2020)	Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Keuangan Yang Terdaftar di BEI 2014–2018 Dengan Perencanaan Pajak Sebagai Variabel Moderasi	Manajemen Laba	Manajemen Laba berpengaruh signifikan.
5	Andri Waskita Aji, Fitri Fahmi Atun (2019)	Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)	<i>Tax Planning</i> , Profitabilitas, Likuiditas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan pajak tidak berpengaruh. 2. Profitabilitas memiliki pengaruh positif. 3. Likuiditas memiliki pengaruh negatif.
6	I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda (2017)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai	Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Usaha, Profitabilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Leverage berpengaruh signifikan positif. 2. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh.

		Perusahaan Pada Perusahaan Properti		<p>3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan negatif.</p> <p>4. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif.</p>
--	--	-------------------------------------	--	---

Sumber: data diolah, 2022

H. Kerangka Analisis

Berdasarkan latar belakang permasalahan, perumusan masalah serta tujuan penelitian, maka kerangka analisisnya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Analisis

I. Hipotesis

1. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu teknik manajemen laba yang digunakan oleh pihak manajemen adalah melalui akrual. Manajemen laba akrual merupakan teknik manajemen laba yang digunakan untuk mengelola laba yang dilaporkan. Meningkatnya laba yang diterapkan dengan manajemen laba berbasis akrual akan meningkatkan

atau menurunkan *return* saham yang diinginkan investor. Semakin tinggi laba yang dilaporkan oleh perusahaan, semakin meningkat pula minat investor untuk berinvestasi karena harapan mereka untuk memperoleh hasil yang besar. Atau, investor dan calon investor justru memberikan apresiasi negatif pada perusahaan yang melakukan manajemen laba dengan tidak menginvestasikan uang mereka untuk menghindari risiko investasi (Qivtia, *n.d.*).

Hasil penelitian yang dijabarkan (Putri, 2021) dan (Hanif & Odiatma, 2020) menunjukkan bahwa manajemen Laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang hubungan antara manajemen laba dan nilai perusahaan, hipotesis penelitian dapat disusun seperti berikut:

H1: Manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin baik pula bagaimana manajemen dalam menjalankan perusahaan. (Ratnasari, 2018) dalam jurnal (Putri, 2021). Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar keuntungan yang diterima oleh pemegang saham. Hal ini akan menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, yang pada gilirannya akan meningkatkan harga saham di pasar dan meningkatkan nilai perusahaan. (Khumairoh *et al.*, 2016).

Seperti hasil yang dijabarkan pada (suwardika dan mustanda, 2017) profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan dan mempunyai arah yang positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, hipotesis penelitian dapat disusun seperti berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. Perencanaan Pajak Memoderasi Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Tax planning adalah proses pengorganisasian kewajiban pajak bagi individu atau bisnis sedemikian rupa sehingga mereka dapat memanfaatkan celah-celah kemungkinan dalam kerangka regulasi perpajakan yang berlaku untuk membayar jumlah pajak minimum. (Ponan, Chairil Anwar, 2018) dalam jurnal (Ayem & Tia, 2019).

Hasil penelitian (Hanif & Odiatma, 2020) menunjukkan perencanaan pajak dapat memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang hubungan antara perencanaan pajak, manajemen laba dan nilai perusahaan, hipotesis penelitian dapat disusun seperti berikut:

H3: Perencanaan pajak dapat memoderasi hubungan manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

4. Perencanaan Pajak Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Karena melalui perencanaan pajak, perusahaan bisa memiliki tarif pajak yang lebih rendah, ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan yang akan membuat para pemegang saham merasa percaya dengan manajemen yang baik. Profitabilitas adalah indikator keberhasilan operasional suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi di masa depan (Lumoly *et al.*, 2018) dalam jurnal (Aji & Atun, 2019). Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, semakin tinggi pula kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan. Ini disebabkan oleh kenaikan laba bersih yang akan mengakibatkan peningkatan harga saham, yang berarti peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian (Herawati & Ekawati, 2016) perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya perencanaan dapat meningkatkan laba sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. Dana yang

harusnya digunakan untuk membayar pajak akan dapat dikendalikan menjadi sebuah keuntungan.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang membahas tentang hubungan antara perencanaan pajak, profitabilitas dan nilai perusahaan, hipotesis penelitian dapat disusun seperti berikut:

H4: Perencanaan pajak dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

