

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik perusahaan selaku pemegang saham. Menurut (Hendrawaty, 2017) teori keagenan didasari permasalahan keagenan yang muncul ketika pengurus suatu perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Perusahaan merupakan peran yang memberikan kesempatan kepada berbagai partisipan untuk berkontribusi dalam bentuk modal, keahlian serta tenaga kerja dalam rangka memaksimalkan keuntungan jangka panjang. Partisipan-partisipan yang berkontribusi pada modal disebut sebagai pemilik (prinsipal). Partisipan-partisipan yang berkontribusi dalam keahlian dan tenaga kerja disebut pengelola perusahaan (agen). Adanya dua partisipan tersebut (prinsipal dan agen) menyebabkan timbulnya permasalahan tentang peran yang harus dibentuk untuk menyelaraskan kepentingan yang berbeda di antara keduanya.

Menurut (Robertus M Bambang Gunawan, 2021) menjelaskan bahwa dalam teori keagenan seorang manajer akan mencari kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan personal di atas kepentingan pemilik suatu perusahaan. pemilik dan manajer merupakan individu yang memiliki pemikiran yang rasional dengan kepentingan yang berbeda. Melalui teori ini seorang manajer dan pemilik perusahaan dapat menyalurkan pendapat atau ide yang dapat meningkatkan kesejahteraan suatu perusahaan.

Menurut Eisenhardt (1989), teori keagenan dilandasi oleh 3 buah asumsi sebagai berikut:

a. Asumsi tentang sifat manusia

Asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri (*self interest*), memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*), dan tidak menyukai risiko (*risk aversion*).

b. Asumsi tentang keorganisasian

Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktivitas, dan adanya *asymmetric information* antara prinsipal dan agen.

c. Asumsi tentang informasi

Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjual belikan.

Teori keagenan ditekankan untuk mengatasi dua permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (Eisenhardt, 1989). Pertama adalah masalah keagenan yang timbul pada saat keinginan atau tujuan dari prinsipal dan agen berlawanan dan suatu hal yang sulit atau mahal bagi prinsipal untuk melakukan verifikasi tentang apa yang telah benar-benar dilakukan oleh agen. Permasalahannya adalah bahwa prinsipal tidak dapat memverifikasi apakah agen telah melakukan sesuatu secara tepat. Kedua, adalah masalah pembagian risiko yang timbul pada saat prinsipal dan agen memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko, oleh karena itu dibuat kontrak yang diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan prinsipal dan agen.

B. Keterkaitan Antar Variabel

1. Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

a. Pengertian Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Perencanaan pajak (*Tax Planning*) merupakan bagian manajemen pajak dan merupakan langkah awal didalam melaksanakan manajemen pajak. Menurut (Kristanto, 2022) menjelaskan bahwa perencanaan pajak yaitu suatu upaya untuk mengurangi atau meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara sehingga pajak yang dibayar tidak melebihi jumlah yang sebenarnya. Pada saat sebuah perusahaan dijalankan, manajemen perusahaan bisa menggunakan berbagai strategi didalam perusahaan yang akan berdampak pada pengurangan pajak yang sangat besar dalam aktifitas bisnisnya. Penggunaan strategi yang tepat akan memberikan dampak yang besar terhadap kinerja organisasi. Perencanaan pajak juga sering disebut strategi pajak, yang jika digunakan dengan baik, tidak hanya bisa mengurangi jumlah pajak yang akan dibayar, tetapi juga tidak melanggar berbagai peraturan perundang-undangan perpajakan.

Menurut (indra mahardika putra, 2019) perencanaan pajak (*Tax Planning*) merupakan tindakan penstrukturan yang terkait dengan konsekuensi potensi pajaknya, yang tekanannya kepada pengendalian setiap transaksi yang ada konsekuensi pajaknya. Tujuannya adalah bagaimana pengendalian tersebut dapat efisien dengan jumlah pajak yang akan diberikan ke pemerintah atau kas negara, melalui penghindaran pajak (*Tax Avoidance*), dan bukan peyeludupan pajak (*Tax Evasion*) yang merupakan tindak pidana fiskal yang tidak akan ditoleransi. Kedua cara tersebut terdengar mempunyai konotasi yang sama sebagai tindak kriminal, namun suatu hal yang berbeda bahwa penghindaran pajak yaitu perbuatan legal yang masih dalam ruang lingkup perpajakan dan tidak melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku. Sedangkan penyeludupan pajak jelas-jelas merupakan perbuatan ilegal yang melanggar ketentuan perpajakan.

Untuk meminumkan kewajiban pajak dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik yang masih memenuhi ketentuan perpajakan maupun yang melanggar perpajakan. Ukuran yang digunakan dalam mengukur kepatuhan perpajakan bagi wajib pajak yaitu:

1) *Tax Saving*

Adalah upaya wajib pajak untuk mengelak hutang pajaknya dengan jalan menahan diri untuk tidak membeli produk-produk yang ada pajak pertambahan nilai atau dengan sengaja mengurangi jam kerja atau pekerjaan yang dapat dilakukannya sehingga penghasilannya menjadi kecil dan dengan demikian terhindar dari pengenaan pajak penghasilan yang besar.

2) *Tax Avoidance*

Adalah upaya wajib pajak untuk tidak melakukan perbuatan yang dikenakan pajak atau upaya-upaya yang masih dalam kerangka ketentuan peraturan Undang-Undang perpajakan untuk memperkecil jumlah pengenaan pajak yang terhutang.

3) *Tax Evasion*

Adalah upaya wajib pajak dengan penghindaran pajak yang terhutang secara ilegal dengan cara menyembunyikan keadaan yang sebenarnya.

b. Tujuan Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Secara umum, tujuan pokok yang ingin dicapai oleh manajemen pajak dalam melakukan perencanaan pajak (*Tax Planning*) yang baik yaitu sebagai berikut:

- 1) Meminimalkan beban pajak yang terutang. Tindakan yang harus dilakukan dalam rangka perencanaan pajak tersebut berupa usaha-usaha yang dapat efisienkan beban pajak yang masih dalam ruang lingkup pemajakan dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- 2) Memaksimalkan laba setelah pajak.
- 3) Meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh fiskus.
- 4) Memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien, dan efektif sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

c. Manfaat Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari *tax planning* yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Beberapa manfaat yang dapat dilakukan yaitu:

- 1) Penghematan kas keluar. Karena beban pajak yang merupakan unsur biaya dapat dikurangi.
- 2) Mengatur aliran kas masuk dan keluar (*cash flow*). Karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diestimasi kebutuhan kas untuk pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat.

Agar perencanaan pajak (*tax planning*) sesuai dengan harapan, menurut Barry Spitz (1983:86) dalam buku (Pohan, 2018) mengemukakan tahapan-tahapan yang harus ditempuh oleh manajemen pajak dalam melakukan perencanaan pajak (*tax planning*) sebagai berikut:

- 1) *Analysis of the existing data base* (melakukan analisis *database* yang ada). Merupakan tahap analisis terhadap komponen-komponen yang berbeda

pengakuannya antara komersial dan fiskal, dan menghitung seakurat mungkin beban pajak yang harus ditanggung perusahaan.

- 2) *Design of me more possible tax plans* (membuat satu model atau lebih rencana besarnya pajak). Merupakan tahap pembuatan model-model perencanaan pajak tersebut dimaksudkan sebagai alternative untuk menentukan tax plan yang applicable dan paling efisien dan efektif untuk diimplementasikan.
- 3) *Evaluating a tax plan* (melakukan evaluasi atas perencanaan pajak). Merupakan tahap evaluasi sekaligus tahap pengendalian pajak ini merupakan langkah akhir dalam manajemen pajak. Pengendalian bertujuan untuk memastikan bahwa kewajiban pajak telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah direncanakan dan telah memenuhi persyaratan formal maupun material.
- 4) *Debugging the tax plan* (mencari kelemahan dan memperbaiki kembali perencanaan pajak). Merupakan tahap perencanaan pajak yang telah diimplementasikan harus dimonitor dan di-riview terus dan dicari kelemahan dan kekurangannya. Terkadang ada hal yang menyebabkan suatu rencana pajak mengalami kekurangan, baik yang disebabkan adanya perubahan peraturan perpajakan atau faktor lainnya, sehingga rencana pajak tersebut harus dikaji ulang dan bila ditemukan kelemahan harus segera dimodifikasi untuk keberhasilan perencanaan pajak tersebut agar rencana dan tindakan dapat dilakukan tepat waktu.
- 5) *Updating the tax plan* (memutakhirkan rencana pajak). Merupakan tahap dalam melaksanakan perencanaan pajak perlu diproyeksikan perubahan yang terjadi saat ini dan yang akan datang dalam tax plan. Tax plan tersebut harus dimutakhirkan sesuai dengan ketentuan terkini, sehingga akibat yang merugikan dari adanya perubahan dan perkembangan tersebut dapat sedini mungkin diantisipasi. Dengan pemutakhiran diharapkan perencanaan pajak yang sedang berjalan tidak akan mengalami hambatan yang berarti.

d. Metode Pengukuran Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Perencanaan pajak akan diukur menggunakan Tarif Pajak Efektif atau *Effective Tax Rate* (ETR). ETR digunakan sebagai salah satu alat ukur perencanaan pajak

yang bersifat jangka pendek. Tarif pajak efektif pada dasarnya adalah sebuah presense besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengetahui beban pajak (*deductible expense*) yang dibayarkan dalam tahun berjalan. Menurut PSAK No.46 (Revisi 2010) Tarif Pajak Efektif rata-rata merupakan beban (penghasilan) pajak yang dibagi dengan laba akuntansi. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Efektive Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor penting yang harus diperhatikan bagi kelangsungan perusahaan, karena untuk dapat menjalankan kegiatan operasionalnya perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Dikutip dari (Atqiah, 2018) menurut Fred J. Weston, rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur keefektifitasan manajemen yang tercermin pada imbalan hasil dari investasi melalui kegiatan penjualan. Sedangkan menurut John J. Hampton, rasio profitabilitas mempunyai tujuan untuk efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Dengan kata lain, rasio ini menjelaskan seberapa berhasilkah suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

b. Tujuan Profitabilitas

Kasmir (2016:198) menjelaskan tujuan dari rasio profitabilitas tidak hanya bagi milik usaha (pihak manajemen) tetapi juga bagi pihak luar perusahaan seperti:

- 1) Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode atau tahun.
- 2) Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

c. Manfaat Profitabilitas

Profitabilitas memiliki manfaat bagi pihak manajemen perusahaan maupun luar perusahaan seperti:

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan dari tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengetahui produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

d. Metode Pengukuran Profitabilitas

Dalam menghitung atau mengukur besar kecilnya suatu profitabilitas dapat diukur dengan beberapa cara yaitu:

1) *Return on Assets* (ROA)

Return on assets adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atas total aktivasnya. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan (Atqiah, 2018). Menurut Brigham dan Houton (2012:159), ROA adalah rasio yang dihitung dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

2) *Return on Equity* (ROE)

Return on equity adalah perbandingan antara laba bersih dengan modal sendiri. Rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta investor dipasar modal yang ingin membeli saham. Dengan rasio ROE ini merupakan indikator untuk mengukur kemampuan dalam memperoleh laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen. Kenaikan dalam rasio

ini berarti terjadi kenaikan laba bersih sehingga menyebabkan kenaikan harga saham. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi ROE, semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Earning\ After\ Tax}{Total\ Equity} \times 100\%$$

3) *Net Profit Margin* (NPM)

Net profit margin adalah rasio antara laba bersih (*Net Profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expense* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin baik operasi suatu perusahaan. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. NPM merupakan salah satu indikator yang penting untuk menilai suatu perusahaan. NPM selain digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan juga dapat mengetahui keefektifitasan suatu perusahaan dalam mengelola sumber-sumber yang dimiliki. Rasio ini bermanfaat untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan manajemen dalam menghasilkan pendapatan untuk mengendalikan pabrik, operasi dan pinjaman-pinjaman perusahaan. Laba bersih yang diperoleh juga tergantung pada kebijakan pemerintah mengenai tingkat suku bunga dan pajak penghasilan yang akan mengurangi laba bersih yang diperoleh perusahaan. NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{Earning\ After\ Interest\ And\ Tax}{Sales} \times 100\%$$

3. Likuiditas

a. Pengertian Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio yang digunakan perusahaan sebagai alat untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek yang terhutang menjadi kas atau tunai. Likuiditas menunjukkan sebuah perusahaan

dapat memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih. Perusahaan yang memiliki aset likuid dalam jumlah besar akan membantu perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya, dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya membuat perusahaan dikatakan likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memiliki aset likuid. Maka akan menyulitkan perusahaan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendeknya dan membuat perusahaan tidak likuid (Susellawati et al., 2022).

Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (lancar) yang jatuh tempo kurang dari setahun. Dengan kata lain, bahwa aset yang dimiliki oleh perusahaan bisa berupa aset likuid dan aset yang kurang likuid. Aset likuid adalah aset yang dapat dialihkan menjadi uang tunai secara cepat tanpa mengurangi harganya secara drastis. Semakin tinggi rasio likuiditas berarti semakin mudah aset yang dimiliki untuk dikonversi menjadi uang kas.

b. Tujuan Dan Manfaat Likuiditas

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat rasio likuiditas secara keseluruhan yaitu:

- 1) Mengukur kekuatan perusahaan dalam membayar kewajiban atau pajak terutang yang akan segera jatuh tempo.
- 2) Mengetahui kapasitas perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan total aset lancar.
- 3) Mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset lancar.
- 4) Menafsirkan skala uang kas perusahaan dalam membayar utang jangka pendek.
- 5) Perencanaan finansial dimasa depan terutama yang berhubungan dengan perencanaan kas dan kewajiban jangka pendek.
- 6) Mengetahui keadaan dan posisi likuiditas perusahaan masing-masing periode dengan membandingkannya.

c. Metode Pengukuran Likuiditas

Berikut ini adalah metode pengukuran rasio likuiditas menurut (Cookson & Stirk, 2019) yang lumrah dipakai dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek:

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang ada. Rasio lancar menggambarkan jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung rasio lancar yaitu:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2) Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio* atau *Acid Test Ratio*)

Rasio sangat lancar adalah dimana persediaan dan persekot biaya dikeluarkan dari total aktiva lancar, dan hanya menyisakan aktiva lancar yang likuid saja, kemudian dibagi dengan kewajiban lancar. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Quick Ratio* yaitu:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Surat Berharga} + \text{Piutang}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas adalah perbandingan dari kas yang ada di perusahaan dan di bank dengan total hutang lancar. Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan uasng kas dan surat berharga yang murah diperdagangkan dan tersedia didalam perusahaan. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung rasio kas yaitu:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas Dan Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

4. Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecil nya suatu perusahaan dengan berbagai

cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Dilihat dari sisi kemampuan memperoleh dana untuk ekspansi bisnis, perusahaan besar mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan untuk membiayai investasinya dalam rangka meningkatkan labanya.

Menurut kutipan (Indah Hildyawati, 2022) ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang sangat penting. Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dan dapat menggambarkan aktivitas serta pendapatan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat.

Menurut Nugraha (2015) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin disorot oleh stakeholder. Kemudian, perusahaan harus bekerja lebih keras untuk memperoleh legitimasi dari stakeholder sebagai langkah penyelarasan aktivitas perusahaan dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

b. Metode Pengukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ini dapat diukur menggunakan total aset, sebab total aset diyakini mampu menstabilkan serta mencerminkan ukuran perusahaan. ukuran perusahaan dapat disimbolkan dengan *SIZE* dan diukur dengan nilai *Logaritma Natural* dari total aset. Menurut Saidi (2004) dalam (Nabilani, 2022) ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$SIZE = LN \text{ atau } LN = Total Asset$$

Menurut (Khairunnisa & Lubis, 2023) Ukuran perusahaan adalah sebagai alogaritma dari total asset diprediksi mempunyai hubungan yang negatif dengan rasio, kemudian perusahaan yang besar cenderung berinvestasi ke proyek yang mempunyai varian rendah untuk menghindari laba yang ditahan. Ukuran perusahaan dapat diproksikan dengan *Logaritma Natural*. Dirumuskan sebagai berikut:

$$LN = Total Asset$$

Dari rumus tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi total aset yang dimiliki suatu perusahaan maka ukuran perusahaan akan semakin tinggi pula, dan semakin tingginya aset pada perusahaan maka semakin tinggi modal yang ditanamkan, sementara itu dengan semakin besarnya tingkat penjualan akan mengakibatkan terjadinya peningkatan tingkat perputaran uang di dalam perusahaan tersebut. Perusahaan yang berposisi pada fase pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan suatu dukungan sumber daya perusahaan yang lebih besar dan sebaliknya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset perusahaan yang dimilikinya.

5. Transparansi

a. Pengertian Transparansi

Transparansi merupakan pengelolaan pajak yang bersifat transparan, terbuka, dan tidak ada yang disembunyikan, dengan seluruh pihak terkait baik internal maupun eksternal perusahaan. Prinsip transparansi sangat berpengaruh terhadap penilaian seluruh pemangku kepentingan terhadap perusahaan.

Menurut (Sari & Irawati, 2021) transparansi dapat diartikan sebagai keterbukaan informasi, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan yang dimaksud informasi material dan relevan adalah informasi yang dapat mempengaruhi naik dan turunnya harga saham. Prinsip transparansi dapat menghendaki adanya keterbukaan dan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan (*disclosure*) informasi perusahaan.

b. Metode Pengukuran Transparansi

Adapun indikator Transparansi Perusahaan sebagai berikut:

$$TP = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

n = Item yang diungkapkan perusahaan
k = Jumlah item pengungkapan

C. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat menambah pemahaman dari teori yang akan digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian ini. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal pada Tabel 2.1 dibawah ini terkait dengan penelitian yang dilakukan dalam penulisan yaitu:

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Khairunnisa, Citra Windy Lubis (2023)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Bank Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2020	Metode yang digunakan pada penelitian ialah kuantitatif dan pendekatan asosiatif dengan jenis data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan yang didapatkan dari situs (www.idx.co.id). Populasi menggunakan perusahaan finance yang berfokus pada Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dengan 43 perusahaan.	Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Secara parsial perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. 2) Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. 3) Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. 4) Secara simultan perencanaan pajak, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap

				nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.
2	Indah Hildyawati (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor <i>Food And Beverage</i> Yang Listing Di BEI Periode 2018-2020)	Metode pada penelitian ini yaitu menggunakan Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka dan metode dokumentasi. Metode pustaka contohnya yaitu: buku, jurnal, dan sumber lainnya. Sedangkan metode dokumentasi contohnya yaitu: mempelajari data-data sekunder yang diperoleh dari website BEI dan ICMD yaitu laporan tahunan dan laporan keuangan yang terpilih sebagai sampel penelitian.	Hasil dari penelitian ini yaitu: 1)Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. 2)Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. 3)Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. 4)Profitabilitas, likuiditas , dan ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

3	<p>Agnes Melinda Martasari (2023)</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris : Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)</p>	<p>Metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan terkait variabel yang diteliti.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Profitabilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hal ini membuktikan dengan nilai t-hitung $3.617 > 1.696$ dari t-tabel dan nilai sig $0.001 < 0.05$. 2) <i>Leverage</i> (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hal ini dibuktikan dengan t-hitung $-7.886 < 1.696$ dari t-tabel dan nilai sig $0.000 < 0.05$. 3) Ukuran perusahaan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hal ini dibuktikan dengan t-hitung $-4.797 < 1.696$ dari t-tabel dan nilai sig $0.000 < 0.005$. 4) Perencanaan Pajak (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung $2.550 > 1.696$ dari t-tabel dan nilai sig $0.015 < 0.05$. 5) Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa Profitabilitas, <i>Leverage</i>, Ukuran Perusahaan dan Perencanaan Pajak secara bersama-sama
---	---------------------------------------	--	---	---

				(silmutan) berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung $16.694 > 2.911$ dari F-tabel dan nilai sig $0.000 < 0.05$.
4	Indah Rahmadini, Nita Erika Ariani (2019)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Perencanaan Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017	Metode pada penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda sebagai model dalam analisisnya. Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik dimana menggunakan uji normalitas, uji ultikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas	Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 2) <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 3) kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 4) Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 5) Komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 6) Komite audit berpengaruh signifikan terhadap perencanaan pajak. 7) Profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen dan komite audit berpengaruh secara simultan terhadap perencanaan pajak.

5	Afni Eliana Saragih, Yan Christin BR Sembiring, dan Maria Rani Fransiska BR Purba (2023)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Profitability</i> , Ukuran Perusahaan Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap <i>Tax Planning</i> Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021	Metode yang digunakan pada penelitiann ini yaitu: metode analisis kuantitatif regresi linear berganda dengan populasi 73 perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia	Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>tax planning</i> . 2) <i>Profitability</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>tax planning</i> . 3)Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>tax planning</i> . 4)Proporsi Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>tax planning</i> .
6	Daelma Sari, dan Wiwit Irawati (2021)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Struktur Modal dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Metode penelitian dari penelitian ini yaitu: menggunakan metode pendekatan kuantitatif adapun populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Berdasarkan hasil dari penelitian ini yaitu: 1)Perencanaan Pajak, Struktur Modal dan Kepemilikan Manajerial Secara Simultan Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Trasnparansi Perusahaan. 2)Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. 3)Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. 4)Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. 5)Transparansi Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

				<p>6)Perencanaan Pajak yang dimoderasi oleh Transparansi Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>7)Struktur Modal yang dimoderasi oleh Transparansi Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>8)Kepemilikan Manajerial yang dimoderasi oleh Transparansi Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p>
--	--	--	--	---

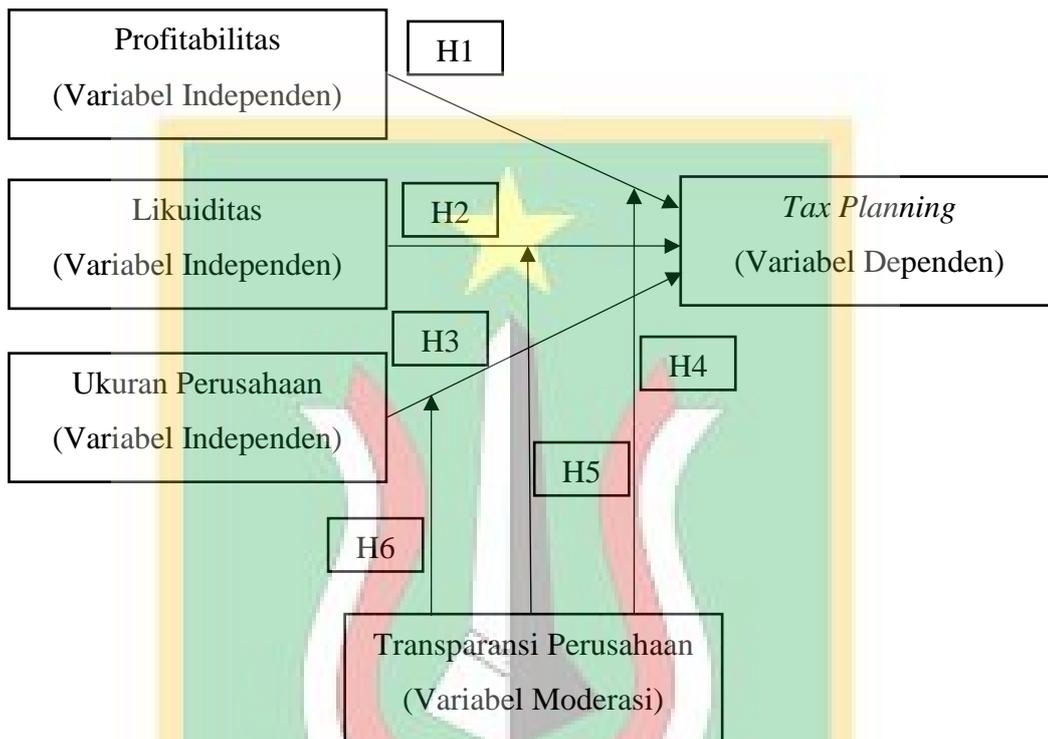
Sumber: Data diolah oleh penulis (2023)



D. Kerangka Analisis

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dijelaskan serta diuraikan diatas, maka kerangka analisis akan digambarkan sesuai dengan gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Analisis



Sumber: data diolah oleh penulis (2023)

Keterangan:

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *tax planning*

H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap *tax planning*

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax planning*

H4 : Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *tax planning*

H5 : Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap *tax planning*

H6 : Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *tax planning*

E. Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Tax Planning*

Rasio profitabilitas berkaitan langsung dengan keuntungan dan aset karena jika perusahaan dapat menggunakan aset yang dimilikinya dengan baik, maka akan menghasilkan keuntungan yang tinggi. Dengan profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melakukan perencanaan pajak (*Tax Planning*) untuk menghasilkan laba yang tinggi bagi para pemegang saham dengan minimum pajak yang terutang. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sementara yaitu:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Tax Planning*.

2. Pengaruh Likuiditas Terhadap *Tax Planning*

Rasio likuiditas yang tinggi juga dapat menentukan bahwa suatu perusahaan berhasil memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Nilai positif yang terdapat pada rasio likuiditas terjadi karena kinerja suatu perusahaan berjalan dengan baik sehingga pemilik atau pemegang saham dapat menarik para investor untuk percaya bahwa perusahaan tersebut mampu untuk menjalankan perencanaan pajak dengan baik. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sementara yaitu:

H2 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap *tax planning*.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Tax Planning*

Ukuran perusahaan yang semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan maka ukuran perusahaan akan semakin besar. Sementara itu dengan semakin besarnya tingkat penjualan akan mengakibatkan terjadinya peningkatan tingkat perputaran uang di dalam perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya suatu laba pada perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan *tax planning* dalam meminimumkan pajak yang terutang. Sehingga perusahaan tidak terlalu besar dalam pengenaan pajak. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sementara yaitu:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *tax planning*.

4. Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Tax Planning*

Pengungkapan diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah seperti masalah yang mungkin timbul antara pemilik atau pemegang saham dengan manajemen perusahaan mengenai pendapatan perusahaan sehingga dapat meminimumkan pengenaan pajak yang terutang. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sementara yaitu:

H4 : Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *tax planning*.

5. Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh Likuiditas Terhadap *Tax Planning*

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dengan adanya transparansi perusahaan, investor dapat melihat perusahaan tersebut melakukan kewajiban jangka pendeknya. Seperti perusahaan ditagih, perusahaan mampu untuk membayar pajak yang terutang, perusahaan membayar hutang-hutangnya tepat waktu atau sebelum jatuh tempo. Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan hipotesis sementara yaitu:

H5 : Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap *tax planning*.

6. Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Tax Planning*

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perencanaan pajak dalam pertumbuhan atau kenaikan suatu perusahaan atas pendapatan atau penjualan yang besar dan dapat meminimumkan kewajiban pajaknya walaupun dengan tingkat pertumbuhan perusahaan yang besar. Untuk menarik modal dari investor perusahaan harus memiliki pertumbuhan yang cukup besar.

H6: Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *tax planning*.