

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TINJAUAN TEORI

2.1.1. Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak atau bahasa asingnya “Tax Planning”, yang merupakan suatu cara wajib pajak mengupayakan atau merencanakan kewajiban dalam membayar pajak dengan mengurangi biaya yang diperbolehkan oleh peraturan perpajakan. Tax Planning adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh wajib pajak (WP) untuk menyusun aktivitas keuangan guna mendapat pengeluaran (beban) pajak yang minimal secara teoritis, tax planning dikenal sebagai effective tax planning, yaitu seorang wajib pajak berusaha mendapat penghematan pajak (tax saving) melalui prosedur penghindaran pajak (tax avoidance) secara sistematis sesuai ketentuan UU Perpajakan (Hoffman, 1961).

IRAS e-Tax Guide menyatakan perencanaan pajak merupakan proses menyusun transaksi atau serangkaian transaksi untuk meminimalkan kewajiban seseorang terhadap pajak, dan biasanya memenuhi persyaratan hukum dan maksud dari undang – undang pajak penghasilan. Suandy (2016:7) menyatakan perencanaan pajak merupakan langkah awal dalam manajemen pajak yang melakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Gunawan (2012) dalam Lumbantoruan (Lumbantoruan : 1996,485), tax planning merupakan upaya legal yang bisa dilakukan oleh wajib pajak. Tindakan itu legal karena penghematan pajak hanya dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur. Rencana meminimalkan pajak dapat ditempuh dengan cara, mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dari ketentuan mengenai pengecualian dan potongan atau pengurangan yang diperkenankan, hal

ini dapat memanfaatkan penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak sesuai dengan pasal 4 ayat 3. Ketidakpatuhan terhadap undang-undang dapat dikenakan sanksi administrasi maupun sanksi pidana. Tetapi kedua sanksi itu merupakan pemborosan sumber daya sehingga perlu dieliminasi melalui tax planning yang baik. Maka dalam rangka optimalisasi alokasi sumber dana manajemen akan dilakukan perencanaan pembayaran yang tidak lebih (dapat mengurangi optimalisasi alokasi sumber daya) dan tidak kurang (supaya tidak membayar sanksi administrasi yang merupakan pemborosan dana). Perencanaan pajak selalu dimulai dengan meyakinkan apakah suatu transaksi atau fenomena terkena pajak. Kalau terkena pajak apakah dapat diupayakan untuk dikecualikan atau dikurangkan jumlah pajaknya, selanjutnya apakah pembayaran pajak yang dimaksud dapat ditunda pembayaran dan lain sebagainya.

Kumalasari (2017) menyatakan terlepas dari kenyataan bahwa perpajakan di Singapura diatur dengan baik, kompetitif dan dilengkapi dengan banyak insentif pajak, sangat penting untuk membuat perencanaan pajak di Singapura untuk perencanaan bisnis dan investasi. Pajak adalah biaya yang selalu ada dari bisnis yang perlu diminimalkan untuk memaksimalkan tingkat keuntungan bisnis. Namun demikian, perencanaan pajak Singapura tidak harus dilihat sebagai upaya penghindaran pajak. Perencanaan pajak yang tepat membantu bisnis mengurangi kewajiban pajaknya dan menikmati keuntungan bisnis maksimum. Perusahaan-perusahaan profesional yang menawarkan layanan pajak yang sesuai di Singapura dapat membantu bisnis dengan keahlian perpajakan mereka yang luas untuk meminimalkan kewajiban pajak. Berikut adalah hal-hal tertentu yang perlu dipertimbangkan saat melakukan perencanaan pajak di Singapura:

- Otoritas Pajak Singapura: Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) adalah otoritas pajak negara yang mengurus dan mengatur

undang-undang perpajakan di Singapura. Otoritas ini bertanggung jawab untuk menjalankan, mengelola, menilai, dan mengumpulkan pajak dari semua pendapatan yang bersumber dari Singapura. Sebelum memulai perencanaan perpajakan di Singapura, penting untuk memahami aturan dan peraturan IRAS untuk menghindari situasi di mana bisnis dinyatakan bersalah karena penggelapan pajak.

- **Tarif Pajak Singapura:** Tarif pajak Singapura dikenal untuk daya saingnya. Tarif pajak utama saat ini pajak penghasilan perusahaan Singapura di 17% yang dianggap sebagai salah satu yang terendah di dunia. Sebelum proses perencanaan pajak dimulai, penting bagi bisnis untuk mendapatkan ide mendalam tentang tarif pajak yang berlaku untuk berbagai tingkat penghasilan kena pajak dan mencari tahu tarif pajak aktual untuk penghasilan kena pajak tahunan. Teori tersebut akan membantu mendapatkan perencanaan pajak paling efektif di Singapura.
- **Tax Reliefs:** Tax reliefs atau tax saving plan adalah aspek terpenting dari perencanaan pajak Singapura yang tidak boleh dilewatkan untuk mendapatkan informasi detail tentangnya. Sebagai bagian dari inisiatif ini, perusahaan harus mencoba untuk menemukan rencana penghematan pajak terbaik seperti rencana pengurangan pajak untuk biaya kerja, sumbangan amal, dan sebagainya.
- **Konsultan Pajak Berpengalaman:** Cara terbaik untuk melakukan perencanaan pajak untuk penghematan pajak adalah dengan menyewa konsultan pajak berpengalaman baik melalui perusahaan atau independen. Konsultan pajak profesional akan memastikan perusahaan mendapatkan rencana terbaik untuk meminimalkan pajak melalui pendekatan inovatifnya. Konsultan akan membantu menghindari penggelapan pajak saat melakukan perencanaan yang efektif untuk penghematan pajak. Mereka sangat memahami peraturan IRAS, tarif pajak, rencana keringanan pajak, dan dapat menjalankan rencana penghematan pajak yang terbaik.

Perencanaan Pajak dapat didefinisikan suatu cara mengoptimalkan pengeluaran pajak agar tidak menjadi pelanggaran sesuai peraturan perpajakan atau penghindaran pajak sehingga perpajakan melegalkan cara tersebut dengan menggolongkan biaya-biaya tertentu yang dapat dihilangkan dari pemungutan pajak. Perencanaan pajak di Singapura dilakukan untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan bisnis namun tidak dipandang sebagai penghindaran pajak.

2.1.2. Nilai Perusahaan

Martono dan Harjito (2010:13) menyatakan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan disebut sebagai memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (*stakeholder wealth maximation*) yang dapat diartikan juga sebagai memaksimalkan harga saham biasa dari perusahaan (*maximizing the price of the firm's common stock*). Perusahaan bertanggung jawab atas kepercayaan yang telah diberikan oleh shareholder maupun stakeholder. Perusahaan harus mampu memenuhi segala permintaan dari stakeholder untuk terus meningkatkan kinerja sehingga stakeholder terus memberikan kepercayaan dan memberikan dorongan melalui investasi. Salah satu kinerja yang dapat dipertanggungjawabkan ialah mematuhi kewajiban sebagai wajib pajak ketika pajak telah mampu diatasi dengan perencanaan pajak yang dapat meminimalkan beban atas penghasilan. Perusahaan dapat mempertahankan laba mereka dan dapat menjaga nilai perusahaan mereka. Noerirawan (2012) menyatakan nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Pengertian nilai perusahaan adalah landasan moral dalam mencapai visi dan misi. Oleh karena itu, sebelum merumuskan nilai-nilai perusahaan perlu dirumuskan visi dan misi perusahaan. Walaupun nilai-nilai perusahaan pada dasarnya universal

namun dalam merumuskannya perlu disesuaikan dengan sektor usaha serta karakter dan letak geografis dari masing-masing perusahaan. Nilai-nilai perusahaan yang universal antara lain adalah terpercaya, adil, dan jujur.

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu (Yulius dan Tarigan, 2007:3):

- Nilai Nominal, adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
- Nilai Pasar, yang sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- Nilai Intrinsik, adalah konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intristik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.
- Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total asset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
- Nilai likuiditas, adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuiditas dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan harga saham rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23), rasio Penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (go public). Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai

perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

2.1.2.1. Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Kegunaan price earning ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh earning per sharenya. Price earning ratio menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning per share. PER berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur Price Earning Ratio (PER) adalah sebagai berikut.

$$\text{PER} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

2.1.2.2. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hardianti, 2001). PBV menggambarkan seberapa besar pasar

menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Sedangkan untuk perusahaan – perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas 1, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya, semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relative dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur Price to Book Value (PBV) adalah sebagai berikut.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

2.1.2.3. Tobin's Q

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copelad, 2001). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relative terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku dari Total Aktiva

D = Nilai Buku dari Total Hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (closing price) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

2.1.3. Transparansi Perusahaan

Bushman dan Smith (2003) mengemukakan transparansi perusahaan merupakan ketersediaan informasi yang beredar luas dan bisa dipercaya terhadap kinerja perusahaan dalam suatu periode tertentu, posisi keuangan, kesempatan investasi, pemerintah, nilai serta resiko perusahaan yang sifatnya umum. Transparansi perusahaan yang dimaksud ialah transparansi dari informasi yang diharapkan mampu membantu mengurangi dari masalah agensi yang ada maupun konflik keagenan diantara pemegang kepentingan (Armstrong *et.al*, 2010). Transparansi juga mampu menghasilkan operasional perusahaan lebih transparan dan mengurangi kemampuan penghindaran pajak. Dimana transparansi perusahaan diukur dari banyaknya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan keuangan. Melyana (2015) dalam Hendrikson dan Breda (1991) mengemukakan bahwa

pengungkapan sukarela adalah tindakan dari perusahaan yang memiliki kecenderungan untuk menaikkan tingkat luas pengungkapan keuangan dengan tidak adanya paksaan dari pemerintah maupun badan profesi akuntansi. Selain itu, pengungkapan sukarela dapat dikatakan mampu mengurangi tingkat asimetri informasi diantara manajer dan pemilik perusahaan serta investor, bila informasi yang diungkap tersebut tepat dan jumlah informasi yang disajikan juga tidak terlalu banyak maupun sedikit. Bila informasi yang diberikan terlalu sedikit, maka akan menimbulkan asimetris informasi. Bila terlalu banyak, maka akan mengurangi keefektifan dari penyampaian informasi serta akan mengurangi pemahaman dari pengguna laporan keuangan. Prinsip transparansi menghendaki adanya keterbukaan dan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan (*disclosure*) informasi perusahaan.

Dalam mewujudkan transparansi, perusahaan harus menyediakan informasi yang cukup, akurat, dan tepat waktu kepada berbagai pihak yang berkepentingan. Selain itu perusahaan diharapkan pula dapat mempublikasikan informasi keuangan serta informasi lainnya yang material secara akurat dan tepat waktu sehingga para investor dapat mengakses informasi penting perusahaan secara mudah pada saat diperlukan. Dengan demikian, semakin transparan perusahaan maka akan mengurangi perilaku *opportunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2. TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian yang telah lulus dari uji statistik maupun studi empiris sehingga dapat membantu penelitian ini sebagai referensi dan pedoman untuk mengerjakan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

- 2.2.1. Penelitian Herawati dan Ekawati (2016) yang berjudul “Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan” mengungkapkan bahwa secara keseluruhan perencanaan pajak yang dilakukan di penelitiannya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan setiap perencanaan pajak yang dilakukan memiliki dampak langsung terhadap nilai laba per saham perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah variabel independen dan dependen yang digunakan sama sedangkan perbedaannya penelitian ini menambahkan variabel moderasi yaitu transparansi perusahaan.
- 2.2.2. Penelitian Nanik Lestari (2014) yang berjudul “Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan” mengungkapkan bahwa secara umum penelitian tersebut menemukan pengaruh positif aktivitas perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Dengan semakin baiknya perusahaan dalam melakukan aktivitas perencanaan pajak akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Dan hasil uji sensitivitas dengan model utama dan full sampel menunjukkan secara robust bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah variabel independen dan dependen yang digunakan sama sedangkan perbedaannya penelitian ini menambahkan variabel moderasi yaitu transparansi perusahaan.
- 2.2.3. Penelitian Putra dan Noviati (2017) yang berjudul “Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi” mengungkapkan bahwa hipotesis awal yang diajukan yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan bisa diterima sesuai hasil uji regresi yang telah dilaksanakan. Signifikansi yang memperoleh angka 0,015 dan t hitung besar -2,502 menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian Hipotesis kedua, yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan

sebagai variabel moderasi diterima, karena tingkat signifikansi yang diperoleh berdasarkan pengujian hipotesis ini sebesar 0.009 dengan nilai t hitung 2.707. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah variabel independen, variabel dependen dan variabel moderasi yang digunakan sama sedangkan perbedaannya penelitian sekarang menggunakan 2 objek BEI dan SGX sektor perhotelan, namun penelitian terdahulu hanya menggunakan 1 objek yaitu BEI sektor bahan makanan.

2.2.4. Penelitian Fajrin, *et.al* (2018) yang “Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi” mengungkapkan bahwa hasil pengujian secara parsial yang pertama diketahui t hitung = -2.204 dengan tingkat signifikansi 0.032. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Perencanaan Pajak (X) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hasil pengujian secara parsial yang kedua diketahui t hitung = 2.050 dengan tingkat signifikansi 0.045. Hal tersebut menunjukkan bahwa interaksi variabel Perencanaan Pajak (X) dengan variabel Transparansi Perusahaan (Z) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah variabel yang digunakan sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan objek BEI sektor manufaktur, namun penelitian sekarang menggunakan 2 objek yaitu SGX dan BEI sektor perhotelan.

(Posisi Landscape)

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL	VARIABEL	METODE	HASIL
1	Herawati dan Ekawati 2016	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none">• Variabel Independen : Perencanaan Pajak• Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none">• Analisis Regresi Linier Berganda• Uji R• Uji R²• Uji T	Secara keseluruhan perencanaan pajak yang dilakukan di penelitiannya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan setiap perencanaan pajak yang dilakukan memiliki dampak langsung terhadap nilai laba per saham perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2	Nanik Lestari 2014	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Perencanaan Pajak • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Statistik Deskriptif • Uji Regresi • Analisis Sensitivitas 	Secara umum penelitian tersebut menemukan pengaruh positif aktivitas perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Dengan semakin baiknya perusahaan dalam melakukan aktivitas perencanaan pajak akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Dan hasil uji sensitivitas dengan model utama dan full sampel menunjukkan secara robust bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan
3	Putra dan Noviati 2017	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Perencanaan Pajak • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Uji Asumsi Klasik • Uji F • Uji Rsquare • Uji T 	Hipotesis awal yang diajukan yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan bisa diterima sesuai hasil uji regresi yang telah dilaksanakan. Signifikansi yang memperoleh angka 0,015 dan t hitung besar -2,502 menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

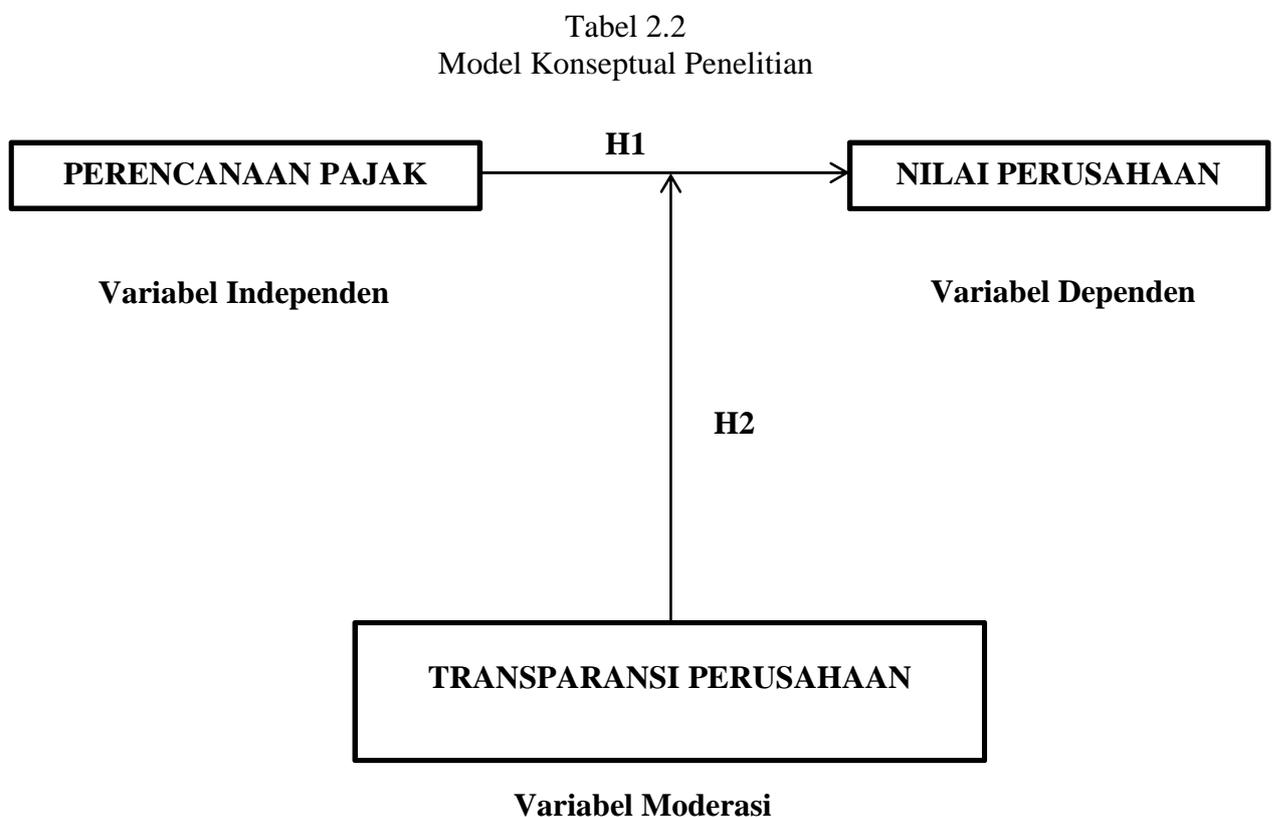
3	<i>Lanjutan</i>	Sebagai Variabel Moderasi	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Moderasi : Transparansi Perusahaan 		Kemudian Hipotesis kedua, yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi diterima, karena tingkat signifikansi yang diperoleh berdasarkan pengujian hipotesis ini sebesar 0,009 dengan nilai t hitung 2,707. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi.
4	Fajrin <i>et.al</i> (2018)	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Perencanaan Pajak • Variabel Dependen: Nilai 	<ul style="list-style-type: none"> • Statistik Deskriptif • Uji Asumsi Klasik • Uji F • Uji Rsquare 	Hasil pengujian secara parsial yang pertama diketahui t hitung = -2,204 dengan tingkat signifikansi 0,032. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Perencanaan Pajak (X) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hasil pengujian secara parsial yang kedua

4	<i>Lanjutan</i>	Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Perusahaan • Variabel Moderasi : Transparansi Perusahaan	• Uji T	diketahui t hitung = 2,050 dengan tingkat signifikansi 0,045, menunjukkan bahwa interaksi variabel Perencanaan Pajak (X) dengan variabel Transparansi Perusahaan (Z) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
---	-----------------	---	--	---------	--

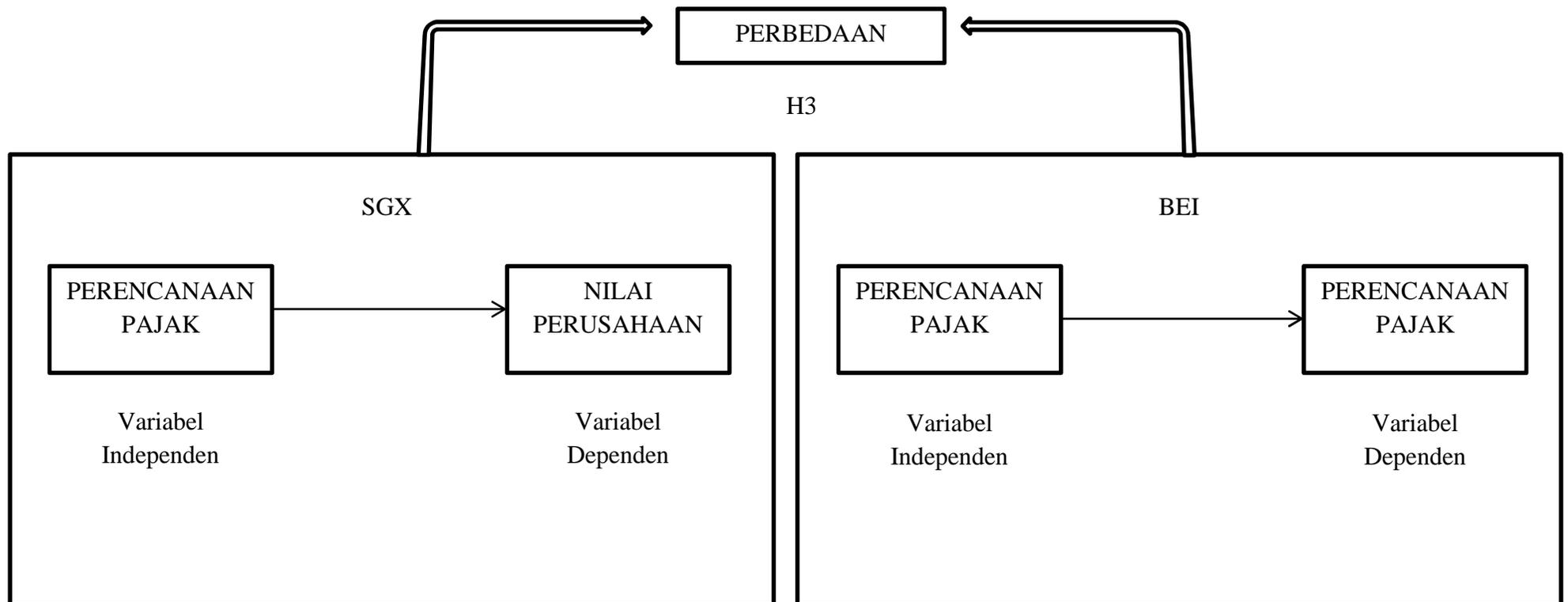
2.3. MODEL KONSEPTUAL PENELITIAN

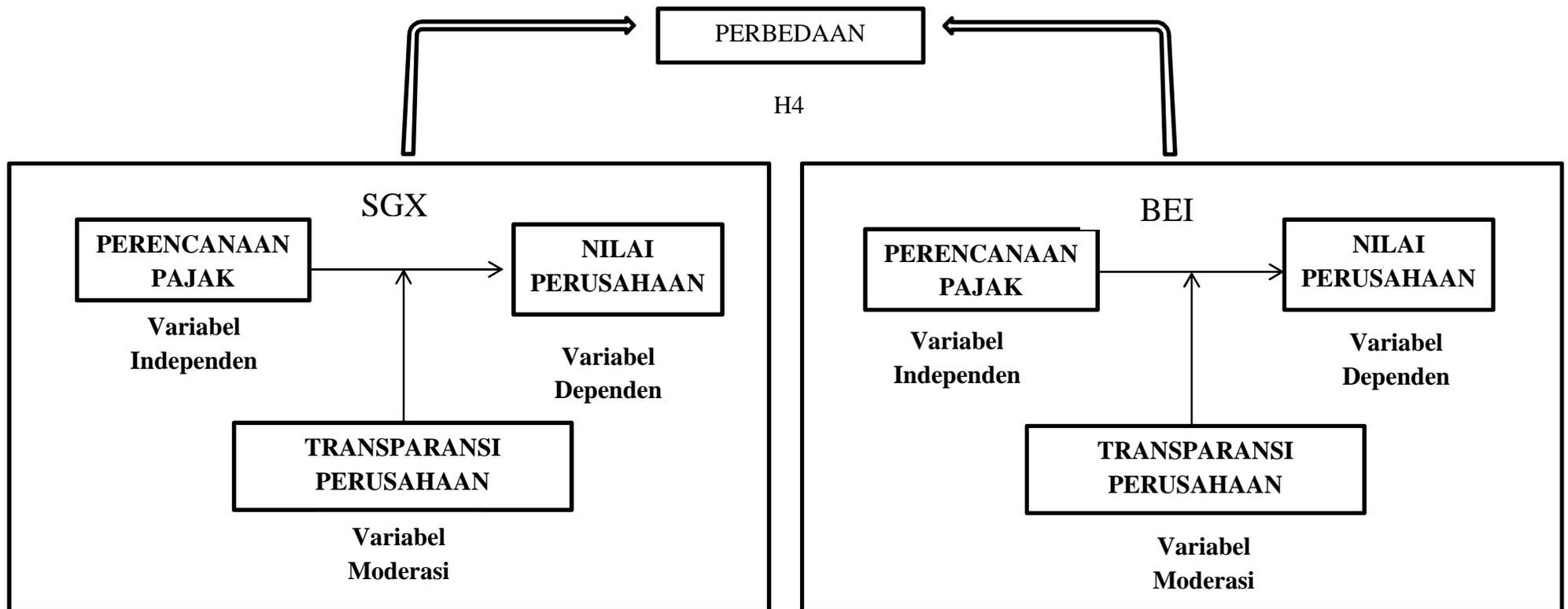
Model konseptual penelitian merupakan gambaran sementara yang menjadi objek dari permasalahan penelitian atau dapat diartikan suatu argumentasi dalam merumuskan hipotesis dengan teori – teori yang relevan dan terkait namun bukan sebuah keputusan. Model konseptual penelitian ini disusun berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori – teori yang relevan sehingga argumen peneliti dapat diterima. Perencanaan pajak dilakukan bukan hanya untuk meminimalkan pengeluaran pajak namun juga diharapkan mampu memotivasi Wajib Pajak untuk patuh terhadap pajak tanpa menghindar dan mampu meningkatkan laba sehingga shareholder maupun stakeholder tertarik untuk berinvestasi. Selain itu, transparan atau keterbukaan perusahaan mampu memperkuat argumentasi bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Model konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut.



(Posisi Landscape)





H1 : Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Transparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Perbedaan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan di SGX dan BEI

H4 : Perbedaan Transaparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan di SGX dan BEI

2.4. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.4.1. H1: Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan menghasilkan arah yang positif maupun negatif. Penelitian dari Hanlon dan Slemrod (2009) dan Wahab *et.al.* (2012) mengemukakan hubungan negatif perencanaan pajak dengan nilai perusahaan. Hubungan negatif memperlihatkan bahwa pihak manajer / manajerial memiliki kecenderungan berperilaku oportunistik terhadap kegiatan perencanaan pajak di perusahaan, yang bisa mengakibatkan penurunan nilai perusahaan serta keuntungan yang didapat menjadi berkurang dari biaya yang digunakan maupun tingginya risiko untuk terdeteksi. Sedangkan penelitian yang menemukan hasil positif adalah penelitian dari Wilson (2009), Martani *et.al* (2012) dimana hubungan positif itu memperlihatkan bahwa pihak manajer maupun manajemen melaksanakan aktivitas perencanaan pajak di perusahaan yang memiliki dampak peningkatan nilai perusahaan dan keuntungan yang didapat menjadi lebih besar dari biaya yang digunakan maupun risikonya. Penelitian lain yang juga menemukan hubungan positif adalah penelitian dari Lestari (2014) yang mengatakan bahwa dengan semakin baiknya perusahaan dalam melakukan aktivitas perencanaan pajak akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Akhirnya hasil dari test sensitivitas dengan model utama dan sampel penuh membuktikan bahwa perencanaan pajak mempunyai hubungan positif pada dampak kenaikan nilai perusahaan. Penelitian Herawati dan Ekawati (2016) juga mengatakan bahwa hasil uji F statistik sebesar 135,06 menunjukkan secara keseluruhan perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan adanya bukti empiris di atas, penelitian ini berpendapat bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk meminimalkan biaya yang

dikeluarkan sehingga laba perusahaan tidak berkurang secara signifikan namun tetap sesuai aturan perpajakan yang berlaku. Perusahaan percaya bahwa para penanam modal lebih cenderung melihat laba perusahaan yang tinggi, semakin tinggi laba perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut. **H1: Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.**

2.4.2. H2: Transparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Dari teori agensi perihal perencanaan pajak, Transparansi informasi perusahaan diharapkan mampu membantu mengurangi dari masalah agensi yang ada maupun konflik antara pemilik perusahaan dan manajer (Armstrong *et al.*, 2010). Selain itu bagi pemerintah, transparansi informasi perusahaan dapat menghasilkan operasional perusahaan lebih transparan, yang mana hal tersebut juga akan mengurangi peluang perusahaan melakukan perencanaan pajak yang memiliki niatan negatif. Penelitian Wang (2010), membuktikan transparansi perusahaan berpengaruh terhadap tindakan *tax planning* yang dilakukan. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa *tax planning* mempengaruhi nilai perusahaan, terutama untuk perusahaan yang transparansinya baik. Penelitian dari Prasiwi (2015), Ilmiani dan Sutrisno (2014) mengemukakan bahwa perencanaan pajak atau *tax planning* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh transparansi berhasil di moderasi, dan di penelitian Ilmiani dan Sutrisno (2014) tersebut juga ditambahkan, selain berhasil memoderasi perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan, hasilnya juga berpengaruh positif dalam memoderasinya. Akan tetapi, dalam penelitian Zhang *et al.* (2009), dikemukakan adanya hubungan negatif transparansi informasi dan nilai perusahaan serta tidak mampu memoderasi perencanaan pajak dan nilai perusahaan.

Adanya hasil penelitian empiris yang sudah dilakukan, berdasarkan penjelasan di atas bahwa adanya transparansi mampu memoderasi

perencanaan pajak untuk meningkatkan nilai perusahaan. Jika perusahaan memiliki keterbukaan informasi yang kurang, maka nilai perusahaan dapat menurun karena keterbukaan informasi dapat memberikan kepercayaan kepada pemangku kepentingan dan mampu memberikan penilaian kepada pemegang saham. Dengan demikian maka rumusan hipotesis kedua, **H2: Transparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan.**

2.4.3.H3:Perbedaan Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan di SGX dan BEI

Penelitian Herawati dan Ekawati (2016) mengungkapkan bahwa secara keseluruhan perencanaan pajak yang dilakukan di penelitiannya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan setiap perencanaan pajak yang dilakukan memiliki dampak langsung terhadap nilai laba per saham perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian Lestari (2014) mengungkapkan bahwa secara umum penelitian tersebut menemukan pengaruh positif aktivitas perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Dengan semakin baiknya perusahaan dalam melakukan aktivitas perencanaan pajak akan semakin meningkatkan nilai perusahaan, dan hasil uji sensitivitas dengan model utama dan full sampel menunjukkan secara robust bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Kedua penelitian tersebut merupakan penelitian yang di adakan di Indonesia atau perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil dari study mereka mengatakan perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menduga bahwa dari hasil yang ditemukan di BEI akan berbeda dengan di SGX karena pajak yang dikenakan kepada Wajib Pajak Badan memiliki selisih sebesar 8%, Singapura lebih rendah tarifnya daripada di Indonesia dan nilai mata uang yang berbeda sehingga

ditarik ke hipotesis 3. **H3 : Perbedaan Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan di SGX dan BEI.**

2.4.4.H4:Perbedaan Transparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian Putra dan Novianti (2017) mengungkapkan bahwa hipotesis awal yang diajukan yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan bisa diterima sesuai hasil uji regresi yang telah dilaksanakan. Signifikansi yang memperoleh angka 0,015 dan t hitung besar -2,502 menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian Hipotesis kedua, yakni perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi diterima, karena tingkat signifikansi yang diperoleh berdasarkan pengujian hipotesis ini sebesar 0.009 dengan nilai t hitung 2.707. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian tersebut dilakukan di sub sektor makanan BEI.

Peneliti menduga bahwa akan ada perbedaan hasil uji antara SGX dan BEI karena negara Singapura dengan didukung iklim investasi yang sangat menarik bagi para pengusaha dan juga suhu politik yang relatif stabil, negara Singapura terdepan jika dibandingkan negara-negara Asean lainnya. Selain itu, Singapura juga dikenal sebagai negara dengan angka korupsi paling kecil dan negara yang paling pro dengan bisnis. Meski tarif pajaknya terendah se-Asean, kepatuhan dan tax ratio Singapura tergolong tinggi, dengan otoritas perpajakan yang ditakuti sekaligus disegani sehingga banyak kemungkinan Singapura lebih bertanggungjawab atas keterbukaan informasi mereka. Maka hipotesis ke 4 merupakan **H4 : Perbedaan Transparansi Perusahaan Mampu Memoderasi Pengaruh Perencanaan Terhadap Nilai Perusahaan di SGX dan BEI.**