



## **Pengaruh Perencanaan Pajak, *Prudence*, dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020)**

Vivi Yani<sup>1\*</sup>, Hari Stiawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[viviyani50@gmail.com](mailto:viviyani50@gmail.com), <sup>2</sup>[Dosen01254@unpam.ac.id](mailto:Dosen01254@unpam.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perencanaan pajak, *prudence*, dan biaya agensi terhadap nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah perencanaan pajak yang diukur dengan menggunakan *effective tax rate*, *prudence* diukur yang diukur dengan menggunakan *conservatism accrual*, dan biaya agensi yang diukur dengan menggunakan *free cash flow*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *price book value*. Penelitian ini menggunakan Analisa descriptive dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* sehingga sampel terpilih berjumlah 11 perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria sampel, sehingga total sampel sebanyak 55 perusahaan yang di peroleh dari jumlah sampel 11 dikali periode penelitian selama 5 tahun. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi data *statistic* analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *prudence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dan biaya agensi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** Nilai Perusahaan, Perencanaan Pajak, *Prudence*, Biaya Agensi

### **Abstract**

*This study aims to analyze the effect of tax planning, prudence, and agency costs on firm value. The independent variables in this study are tax planning which is measured using the effective tax rate, prudence is measured by using accrual conservatism, and agency costs are measured using free cash flow. The dependent variable in this study is firm value which is measured using price book value. This study uses descriptive analysis with a quantitative approach that uses secondary data. The population in this study is the food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020. The sampling technique used is purposive sampling so that the selected sample is 11 companies selected based on the sample criteria, so that a total sample of 55 companies is obtained from the total sample of 11 times the research period for 5 years. The analysis technique in this study uses statistical data regression analysis of multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that tax planning has a negative effect on firm value, prudence does not have a significant effect on firm value, and agency costs have a significant effect on firm value.*

**Keywords:** Firm Value, Tax Planning, Prudence, Agency Costs

## PENDAHULUAN

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang stabil (Ayem & Tia, 2019). Saat ini terjadi pandemi Covid-19 yang menyebar ke seluruh penjuru dunia. Ketika Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) terjadi banyak perusahaan-perusahaan yang *kolaps*. Meskipun banyak perusahaan-perusahaan yang tidak mampu bertahan di tengah kondisi saat ini, namun beberapa perusahaan yang bergerak di sektor *food and beverage* seperti halnya Indofood Sukses Makmur juga cukup baik karena meskipun pandemi ini melanda, kinerja perusahaannya tetap naik, hal tersebut dikarenakan perusahaan Indofood memproduksi kebutuhan dasar yang saat ini juga dibutuhkan (Faaza, 2021).

Pada semester I-2020, Indofood mencetak penjualan netto sebesar Rp39,38 triliun, naik 2% dibandingkan semester I-2019. Namun, dari angka penjualan itu, yang patut digarisbawahi adalah penjualan domestik yang nyaris tak bergerak. Kinerja yang positif mendorong kenaikan harga saham Indofood. Secara perlahan, harga saham Indofood mendekati lagi level sebelum jatuh akibat pandemi. Mengawali tahun 2020, harga saham Indofood bertengger di Rp7.975. Harga saham Indofood jatuh ke titik terendahnya pada 24 Maret, menjadi Rp5.050 atau berarti anjlok 36%. Penurunan harga saham Indofood itu sejalan dengan penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Setelah mencapai titik terendah pada 24 Maret, saham Indofood dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sama-sama membaik. Per 3 Agustus, harga saham Indofood sudah membaik di posisi Rp6.475 atau naik 28% dibandingkan titik terendah pada 24 Maret. Sementara Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kini sudah pulih ke level 5.006,223, atau naik 27% dibandingkan titik terendahnya (Pramisti, 2020).

Penelitian ini menggunakan teori agensi dan teori sinyal. Teori agensi memperkirakan bahwa manajer akan bertindak mementingkan diri sendiri dari pada kepentingan pemilik supaya tujuan tertentu dapat tercapai. Manajer yang diberikan wewenang untuk mengambil keputusan pastinya mempunyai informasi dan pemahaman yang lebih banyak terkait kondisi dan prospek suatu perusahaan, akan tetapi manajer terkadang dalam mengungkapkan informasi tersebut tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya kepada pemegang saham (Adlan, Kirana, dan Miftah, 2021). Sedangkan Teori persinyalan (*signalling theory*) menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi bagi pihak diluar perusahaan. Informasi yang dihasilkan perusahaan diublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Penggunaan *teori signalling*, informasi berupa harga saham atau juga seberapa besar laba yang didapat dari asset yang digunakan. Karena pada dasarnya nilai perusahaan dapat dikatakan baik salah satunya dengan adanya peningkatan pada harga saham perusahaan (Romadhina & Andhityara, 2021).

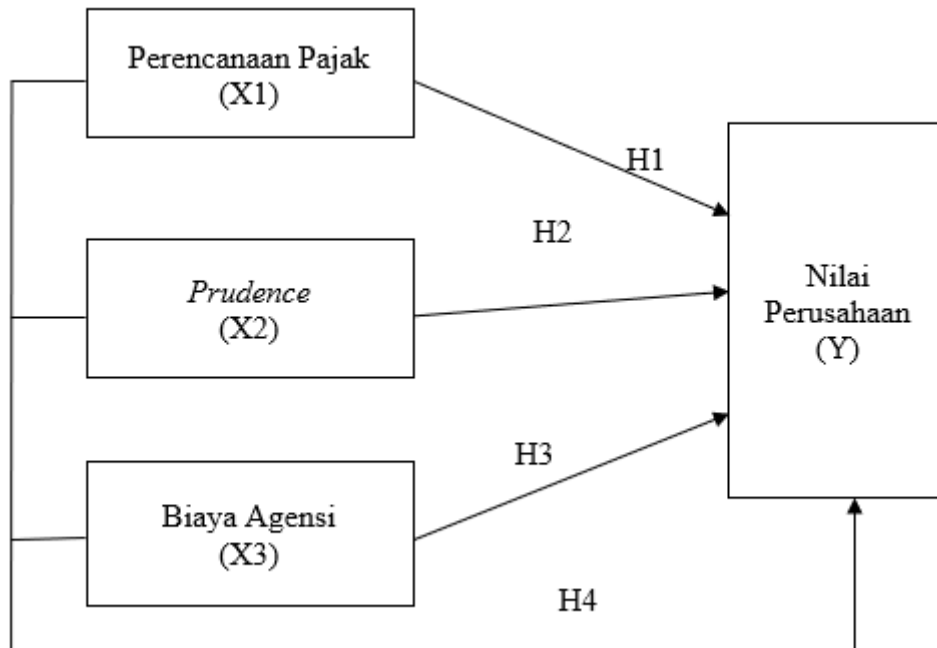
Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh beberapa factor diantaranya ialah perencanaan pajak, *prudence*, dan biaya agensi. Factor pertama dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu perencanaan pajak. Perencanaan pajak yaitu usaha yang mencakup perencanaan perpajakan agar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan benar-benar efisien, dengan tujuan mencari berbagai celah yang dapat ditempuh dalam koridor peraturan perpajakan (*loophole*), agar perusahaan dapat membayarkan pajak dalam jumlah yang minimal (Pohan, 2013). Menurut hasil penelitian Meilany (2020) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Ayem & Tia (2019) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua, *Prudence* ialah prinsip yang menekankan kehati-hatian dalam pelaksanaan penilaian yang dibutuhkan untuk membuat perkiraan yang akan sangat diperlukan ketika berada pada kondisi ketidakpastian, sehingga aset atau pendapatan tidak akan dilebih-lebihkan serta kewajiban atau pengeluaran tidak berlebihan (Meilany, 2020). Menurut hasil penelitian Rosharlianti (2018) menunjukkan bahwa *prudence* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilany (2020) yang menyatakan *prudence* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Faktor ketiga dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah biaya agensi. Biaya agensi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi turunnya nilai perusahaan. Biaya agensi adalah biaya yang dikeluarkan guna memastikan manajer untuk bertindak sesuai kepentingan prinsipal. Biaya agensi ini disebabkan oleh pengaruh konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham, yang dapat menimbulkan biaya yang berlebih yaitu *free cash flow* (Susilowati & Wardani, 2020).

Faktor ketiga, Biaya agensi adalah biaya yang dikeluarkan guna memastikan manajer untuk bertindak sesuai kepentingan prinsipal. Biaya agensi ini disebabkan oleh pengaruh konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham, yang dapat menimbulkan biaya yang berlebih yaitu *free cash flow* (Susilowati & Wardani, 2020). menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kusuma Wardani dan

Wahyu Tri Susilowati (2020) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya agensi memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah Alfaina Fahyanzhuri Adlan, Dewi Jaya Kirana, dan Munasiron Miftah (2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya agensi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir

Dengan demikian hipotesis mengenai pengaruh perencanaan pajak, prudence, dan biaya agensi terhadap nilai perusahaan adalah

H<sup>1</sup> : Diduga Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H<sup>2</sup> : Diduga Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H<sup>3</sup> : Diduga biaya agensi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sup>4</sup> : Diduga perencanaan pajak, *prudence*, dan biaya agensi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode *asosiatif*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 yang dapat diakses dari website resmi Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penelitian ini memilih 11 perusahaan untuk periode pengumpulan data dari 2016-2020 karena sesuai dengan ketentuan. Penentuan sampel penelitian menggunakan Teknik *purposive sampling* yang dilakukan dengan mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan dokumen dengan sumber data diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik analisis data yang digunakan menggunakan aplikasi *E-Views* Serie 11.

### Pengukuran Variabel Dependen

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan PBV (*Price to Book Value*) yaitu:

$$PBV = \text{Harga Per Lembar Saham} / \text{Nilai Buku Per Lembar Saham}$$

Sumber: Wardani dan Susilowati (2020:7)

### Pengukuran Variabel Dependen

- Perencanaan pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan ETR (*Effective tax rate*)

$$ETR = \text{Tax Expense } i, t / \text{Pretax Income } i, t$$

Keterangan:

*Tax expense* : Beban pajak penghasilan badan untuk perusahaan i pada tahun t berdasarkan laporan keuangan

*Pretax income* : Pendapatan Sebelum Pajak untuk perusahaan I pada tahun t berdasarkan laporan keuangan perusahaan

Sumber: Rusydi (2013: 323)

- b. *Prudence* dalam penelitian ini diukur menggunakan *CONNAC* (Conservatisme Accrual)

$$\frac{\text{Net Income} + \text{Depreciation} - \text{CFO}}{\text{Total Assets}} \times (-1)$$

Keterangan

$NI_{it}$  : Laba Bersih

*Depreciation* : Beban Penyusutan

*CFO* : Arus Kas Operasi

Sumber: Meilany (2020: 74)

- c. Biaya Agensi

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

Keterangan:

*FCF* : *Free Cash Flow* (Arus kas Bebas)

*CFO* : *Arus Kas Operasi*

*CFI* : *Arus Kas Investasi*

Sumber: Wardani dan Susilowati (2020:7)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Chow

Uji *Chow* adalah pengujian untuk menentukan *Common Effect* Model atau *Fixed Effect* Model yang paling tepat dalam mengestimasi data panel. Apabila nilai probabilitas cross section Chi -Square < nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak sehingga model yang digunakan adalah *fixed effect*.

**Tabel 4. 1** Hasi Uji *Chow*

Reduñdant Fixed Effects Tests  
Equation: UJI\_CHOW  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.782296	(10,41)	0.0101
Cross-section Chi-square	28.488094	10	0.0015

Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berdasarkan hasil tabel uji *chow* diatas menunjukan bahwa nilai probabilitas *Cross-section Chisquare* sebesar  $0,0015 < 0,05$  maka model yang dipilih adalah *fixed effect* model. Selanjutnya dilakukan uji hausman untuk memilih antara *fixed effect* atau *random effect*.

Uji Hausman

Uji *hausman* merupakan pengujian *statistic* untuk memilih apakah *fixed effect* model atau *random effect* model yang paling tepat digunakan. Apabila nilai probabilitas *Cross-section random* < nilai signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), maka model yang tepat digunakan untuk regresi data panel adalah *fixed effect* model.

**Tabel 4. 2** Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: UJI\_HAUSMAN  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.466541	3	0.0910

Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel hasil uji hausman diatas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *cross-section random* adalah  $0,0910 > 0,05$  maka model yang dipilih yaitu *random effect* model. . Karena uji *chow* dan uji *hausman* model yang terpilih berbeda, maka dilakukan Uji *Langrange Multiplier* untuk memilih antara *Common effect* model dan *Random effect* model.

#### Uji Langrange Multiplier

Pengujian Langrange Multiplier dilakukan untuk menentukan model *common effect* atau *random effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Kriteria pengujian menyatakan jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka model yang tepat digunakan adalah *Common Effect* Model dan sebaliknya jika hasil pengujian menyatakan nilai probabilitas  $< 0,05$  maka model yang tepat digunakan adalah *Random Effect* Model.

**Tabel 4. 3** Hasil Uji Langrange Multiplier

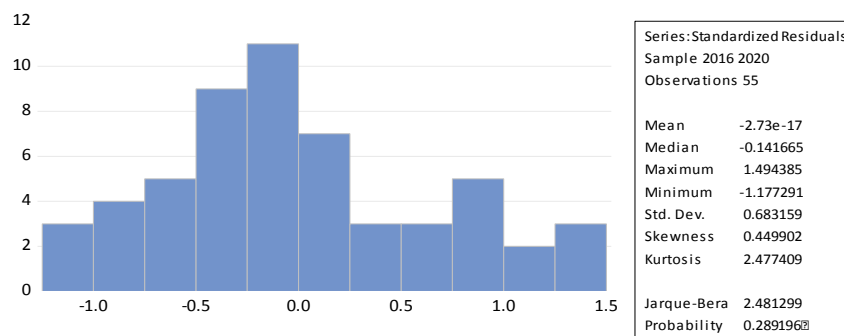
Lagrange Multiplier Tests for Random Effects  
Null hypotheses: No effects  
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	3.985850 (0.0459)	0.077769 (0.7803)	4.063620 (0.0438)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *Cross-section Breusch-Pagan*  $< \alpha$  yaitu dengan nilai  $0,0459 < 0,05$ . Maka dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa model terpilih yang digunakan sebagai regresi data panel adalah *random effect model* (REM).

#### Uji Normalitas

Metode uji normalitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistic dengan melihat nilai signifikannya, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi secara normal.



**Gambar 4. 1** Hasil Uji Normalitas  
Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan hasil *Probability* sebesar 0,289196 yang memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dalam regresi.

**Tabel 4. 4** Hasil Uji Multikolinearitas

	ETR	CONNAC	FCF
ETR	1.000000	0.211865	0.468518
CONNAC	0.211865	1.000000	0.681449
FCF	0.468518	0.681449	1.000000

Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen, hal ini dapat dilihat dari tidak adanya korelasi antar variabel independen yang tingginya melebihi 0,90.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai probabilitasnya > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Pembahasan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser* dengan pengaplikasian manual dengan asumsi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 5** Hasil Uji Heteroskedastisitas (Metode *Glejser*)

Dependent Variable: RESABS

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)

Date: 07/03/22 Time: 14:59

Sample: 2016 2020

Periods included: 5

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 55

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.365161	0.148850	2.453214	0.0176
ETR	-0.103886	0.311707	-0.333282	0.7403
CONNAC	-2.069198	1.352691	-1.529690	0.1323
FCF	1.206099	0.819019	1.472615	0.1470

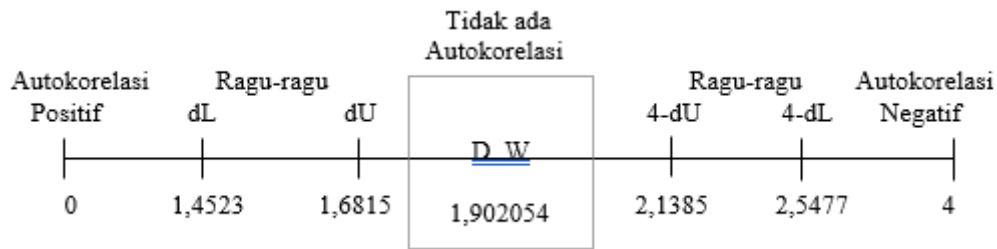
Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai prob dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan model tersebut terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah pada suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (*residual*) dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Pengujian asumsi klasik dapat dilihat melalui *Durbin-Watson Test*.

**Gambar 4. 2** Analisa Autokorelasi (*Durbin Watson Test*)



Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa  $dU < DW < 4-dU$  yang artinya tidak terjadi masalah autokorelasi dalam data penelitian.

Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.129925	0.234123	4.826211	0.0000
ETR	-1.054233	0.490710	-2.148382	0.0365
CONNAC	-4.125212	2.148466	-1.920073	0.0604
FCF	3.473986	1.302774	2.666607	0.0102

Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Berikut Interpretasi hasil uji (t)

1. Variabel ETR yaitu Perencanaan Pajak (X1) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,148382 yang bernilai negatif dimana nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* ( 2,148382 > 2.00758) dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar ( 0,0365 < 0,05 ), sehingga  $H_1$  diterima yang berarti bahwa variabel perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *Prudence* (X2) nilai *t-statistic* lebih kecil dari nilai *t-tabel* (-1,920073 < 2.00758) dan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikannya sebesar ( 0,0604 > 0,05 ), sehingga  $H_2$  ditolak yang berarti bahwa variabel *prudence* tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel Biaya Agensi (X3) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,666607 dimana nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* ( 2,666607 > 2.00758 ) dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar ( 0,0102 < 0,05 ), sehingga  $H_3$  diterima yang berarti bahwa biaya agensi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji F (Simultan)

**Tabel 4. 6** Hasil Uji Simultan (F)

Weighted Statistics			
Root MSE	0.597570	R-squared	0.147608
Mean dependent var	1.062528	Adjusted R-squared	0.097467
S.D. dependent var	0.653211	S.E. of regression	0.620561
Sum squared resid	19.63992	F-statistic	2.943880
Durbin-Watson stat	1.902054	Prob(F-statistic)	0.041615

Sumber: Data IDX yang telah diolah penulis

Dari hasil pengelolaan data diatas, untuk melihat pengujian secara simultan pada variabel bebas dapat melihat nilai *F-statistic* 2,943880 lebih besar dari nilai F tabel ( $df_1 = 3, df_2 = 55-4 = 51, \alpha = 0,05$ ) didapatkan nilai F tabel sebesar 2,79 ( 2,943880 > 2,79) dengan nilai signifikansi 0,041615.

Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( 0,041615 < 0,05) dan F Hitung > F Tabel maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan model persamaan regresi ini dapat

digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Artinya Perencanaan Pajak, *Prudence*, dan Biaya Agensi, secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Implikasi Penelitian**

#### **Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t (Parsial) pada variabel perencanaan pajak (X1) memiliki nilai *t-statistic* 2,148382 yang bernilai negatif dimana nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* ( $2,148382 > 2,00758$ ) dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar ( $0,0365 < 0,05$ ), artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang melaksanakan perencanaan pajak bisa meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan melaksanakan perencanaan pajak, perusahaan bisa lebih efektif dalam membayarkan pajak terutangnya serta terlihat tertib dalam kewajiban perpajakannya (Habibah, 2021). Dalam penelitian ini perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa semakin terjadi penurunan dalam perencanaan pajak ataupun tidak adanya perencanaan pajak di dalam perusahaan maka perencanaan pajak bisa tetap meningkatkan nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *Prudence* Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t (Parsial) pada variabel *prudence* nilai *t-statistic* lebih kecil dari nilai *t-tabel* ( $-1,920073 < 2,00758$ ) dan nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikannya sebesar ( $0,0604 > 0,05$ ), artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel *prudence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Prinsip *prudence* diterapkan bertujuan untuk meningkatkan keandalan laporan keuangan dan mencegah praktik manajemen laba, namun pada penelitian ini hal tersebut tidak berpengaruh baik itu untuk meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh adanya kecenderungan investor tidak lagi melihat *prudence* dalam menilai saham perusahaan sehingga apabila terjadi peningkatan ataupun penurunan *prudence* di dalam perusahaan maka tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini mencerminkan bahwa apabila *prudence* di dalam perusahaan menurun maka nilai perusahaan akan tetap naik dan apabila *prudence* meningkat maka nilai perusahaan akan tetap mengalami penurunan.

#### **Pengaruh Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t (Parsial) biaya agensi (X3) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,666607 dimana nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* ( $2,666607 > 2,00758$ ) dan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikannya sebesar ( $0,0102 < 0,05$ ), artinya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya agensi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya agensi yang dilakukan oleh manajemen dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jadi, jika terjadi peningkatan biaya agensi dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat juga. Dan begitu sebaliknya, jika biaya agensi mengalami penurunan dalam suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan juga. Maka perusahaan yang mempunyai *agency cost* yang tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi juga, karena hal tersebut dapat dijadikan pemegang saham untuk mengawasi tindakan manager guna menunjang nilai perusahaan akan semakin lebih baik lagi (Wardani & Susilowati, 2017).

#### **Pengaruh Perencanaan Pajak, *Prudence*, dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan dengan uji simultan (Uji F) didapatkan hasil *Fstatistic* lebih besar daripada *Ftabel* ( $2,943880 > 2,79$ ) dengan nilai signifikansi  $0,041615 < 0,05$  yang berarti  $H_4$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak, *prudence*, dan biaya agensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka meningkatnya perencanaan pajak, *prudence*, dan biaya agensi secara Bersama-sama (simultan) akan meningkatkan nilai perusahaan juga dan begitu sebaliknya.

### **Peluang Penelitian**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis, memperkuat penelitian terdahulu dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan terhadap literatur maupun penelitian di bidang akuntansi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan Nilai Perusahaan. Selain itu, diharapkan



penelitian ini dapat meningkatkan keterampilan berpikir peneliti dalam hal penyelesaian masalah dan dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

3. Bagi Perusahaan, dapat dijadikan sebagai masukan untuk pimpinan Perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan Nilai Perusahaannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan mengenai pengaruh Perencanaan Pajak, *Prudence*, dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *industry food and beverage* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020 yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Artinya setiap menurunnya perencanaan pajak dalam penyajian laporan keuangan maka akan tetap meningkatkan nilai perusahaan. *prudence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini *prudence* tidak dapat menurunkan atau meningkatkan nilai perusahaan. biaya agensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Artinya biaya agensi dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila termonitoring dengan baik. Sehingga apabila biaya agensi dalam perusahaan meningkat maka nilai perusahaannya akan meningkat.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu Populasi dalam penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur sub *sektor food and beverage* dengan periode yang dibatasi yaitu periode 2016-2020 sehingga jumlah sampel yang diperoleh terlalu kecil yaitu hanya 11 perusahaan. Beberapa laporan tahunan dan laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan manufaktur sub *sektor food and beverage* mempunyai tampilan dengan tingkat resolusi yang kurang bagus atau kurang jelas sehingga menghambat proses analisis data dari laporan keuangan tersebut.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, Penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan dimasa yang akan datang diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih berkualitas dengan menggunakan perhitungan nilai perusahaan lainnya seperti *Price Earning Ratio* (PER) atau Tobins'Q sehingga diharapkan dapat memberikan ragam informasi yang lebih rinci mengenai nilai perusahaan. Kedua Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kriteria sampel penelitian yaitu dengan menambahkan variabel – variabel lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Penghindaran Pajak dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan . *Journal Of Accounting*.
- Adlan , F. A., Kirana, D. J., & Miftah, M. (2021). Pengaruh Penghindaran Pajak, Biaya Agensi, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan . *Bussiness Management, Economic, and Accounting National Seminar* .
- Anwar, P. C. (2018). *Kajian Perpajakan & Tax Planning* .
- Ayem, S., & Tia, I. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kebijakan Dividen, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*.
- Ayuning, C., & Yuono, S. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Basuki, & Siregar, I. G. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Prudent Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur 2014-2017. *Seminar Nasional Dan The 2nd Call of Syariah Paper*.
- Basuki, I. (n.d.). Pengaruh Free Cash Flow Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Agency Cost Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4 (2).
- Bernardin , D. E., & Karina, E. (2021). Transparansi Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan . *Jurnal Financia*.
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 9 No.1*.

- Faaza, F. (2021, November 18). *Investasi Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19, Bagaimana Pengaruhnya?* (D. H. K., & A. Syahputri, Editors) Retrieved Januari 29, 2022, from fecon.uui: <https://fecon.uui.ac.id/2020/08/investasi-sebelum-dan-sesudah-pandemi-covid-19-bagaimana-pengaruhnya/>
- Fakhrunnas, F. (2020, Agustus 10). *Investasi Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19, Bagaimana Pengaruhnya?* (D. H. K., & A. Syahputri, Editors) Retrieved Desember 12, 2021, from fecon.uui.ac.id: <https://fecon.uui.ac.id/2020/08/investasi-sebelum-dan-sesudah-pandemi-covid-19-bagaimana-pengaruhnya/>
- G, I., & Basuki. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Prudent Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur 2014- 2017. *Jurnal Ekonomi Akutansi, Universitas Muhammadiyah Tangerang* .
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi VII*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H, P. (2008). Pengaruh Good Corporate Governance, Rasio Tobin's q. Perata Laba Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Publik.
- Habibah, & Margie, L. A. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusaahaan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* .
- Haryadi, L. D. (2014). Pengaruh Agency Cost, Profitability, Dan Free Cash Flow Terhadap Dividend Payout Ratio. *Skripsi*, 5.
- Haryanti, Y., & Adhikara, A. (2016). Pengaruh Perbedaan Prudence dan Tax Avoidance Sebelum dan Setelah Penerapan International Financial Reporting Standards (IFRS) Terhadap Manajemen Laba. *Universitas Esa Unggul*.
- Herawati, H., & Ekawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* .
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Hery, S. M. (2017). Analisis Kinerja Manajemen. Jakarta : PT Grasindo.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Jensen, M. C. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*.
- Lestari, E. T. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap PPH Badan Terutang . *Skripsi* , 32.
- Marsaid, M. T., Adechandra, D., & Pesudo, A. (2019). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Bingkai Ekonomi*.
- Meilany, I. (2020). Pengaruh Prudence dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
- Naftaly, M., Safitri, L., & WIjaya, T. (2016). Analisis Pengaruh Agency Cost dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur . *Jurnal Manajemen Keuangan* .
- Octavia, S. M. (2017). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya*, 19.
- Pohan, C. (2013). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 18.2.

- Pramisti, N. Q. (2020, Agustus 4). *Indofood di Tengah Pandemi: Penjualan Naik, Harga Saham Mulai Pulih*. (A. Aziz, Editor) Retrieved Januari 29, 2022, from tirto: <https://tirto.id/indofood-di-tengah-pandemi-penjualan-naik-harga-saham-mulai-pulih-fVCP>
- Puradinda Zulfiara, & Juli Ismanto. (2019). Pengaruh Konservatisme Akuntansi dan Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia Program Studi Sarjana Akuntansi FEB Universitas Pamulang*.
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Studi Kasus Sub Sektor Food And Beverage). *Jurnal EMBA*.
- Rofifah, D. (2020). Nilai Perusahaan Dipengaruhi Oleh Struktur Modal Dan Profitabilitas. *Other thesis, Universitas Komputer Indonesia*.
- Romadhina, A. P., & Andhityara, R. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*.
- Rusydi, M. K. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Aggressive Tax Avoidance di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 323.
- Sugiyanto. (2016). Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pemoderasi Kepemilikan Institusional.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif. R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Pengaruh Agency Cost terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*.
- Widarjono, A. (2007). *Ekonometika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Kedua*. Yogyakarta.
- www.idx.co.id. (n.d.).
- Zulfa Rosharlianti. (2018). Pengaruh Prudence dan Family Ownership Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia Program Studi Sarjana AKuntansi FEB Universitas Pamulang*.