

Peran Transparansi Perusahaan dalam Mengendalikan Manajemen Laba dan Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Siti Melinia Fitria¹, Anggun Putri Romadhina²

Universitas Pamulang, Indonesia

melifitria08@gmail.com¹, dosen01203@unpam.ac.id²

Submitted: 11th July 2026 | **Edited:** 30th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Fitria, S. M., & Romadhina, A. P. (2026). Peran Transparansi Perusahaan dalam Mengendalikan Manajemen Laba dan Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 6(3), 2225-2238.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of earnings management and tax aggressiveness on firm value, with corporate transparency as a moderating variable. The study subjects were companies in the Consumer Non-Cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2024 period. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in a sample of 44 companies processed from a population of 132 companies. The data used in this study is secondary data with a quantitative approach, sourced from annual financial statements and company annual reports. Data analysis was performed using panel data regression with the aid of EViews 12 software. The results indicate that earnings management and tax aggressiveness simultaneously influence firm value. Partially, earnings management has no effect on firm value, and tax aggressiveness does. Furthermore, corporate transparency does not moderate the relationship between earnings management and firm value, nor the relationship between tax aggressiveness and firm value.

Keywords: Corporate Transparency, Earnings Management, Tax Aggressiveness, Firm Value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek perusahaan, sehingga semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan pemegang saham. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan utama manajemen dalam menciptakan kepercayaan investor dan menarik minat investasi di pasar modal (Yusmaniarti et al., 2023). Oleh karena itu, memaksimalkan nilai perusahaan menjadi tujuan utama manajemen sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pemegang saham. Nilai perusahaan umumnya diukur melalui harga saham, karena harga saham dianggap mencerminkan keputusan investasi, pendanaan, dan kebijakan dividen yang telah diambil oleh manajemen. Salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price to Book Value (PBV), yaitu perbandingan antara nilai pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio PBV menunjukkan apakah saham perusahaan berada dalam kondisi overvalued atau undervalued. PBV yang rendah

mengindikasikan menurunnya kualitas kinerja keuangan perusahaan dan berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Arifin, 2020).

Fenomena penurunan nilai perusahaan dapat dilihat pada PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM) mengalami penurunan kapitalisasi pasar terbesar sebesar Rp79,24 triliun, diikuti oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BBRI) sebesar Rp68,20 triliun. Selain itu, kapitalisasi pasar indeks IDX BUMN20 juga mengalami penurunan sebesar Rp50,15 triliun pada awal tahun 2024. Penurunan kapitalisasi pasar tersebut mencerminkan berkurangnya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan masih menjadi isu penting yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk manajemen laba, agresivitas pajak, dan transparansi perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Sebaliknya, penurunan nilai perusahaan dapat mengindikasikan adanya keraguan investor terhadap kualitas kinerja dan tata kelola perusahaan. Dalam upaya mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan, manajemen sering kali mengambil berbagai kebijakan strategis, termasuk dalam penyusunan laporan keuangan dan perencanaan pajak. Namun, kebijakan tersebut dapat menimbulkan persepsi yang berbeda dari investor apabila dianggap mengandung praktik manajemen laba atau agresivitas pajak yang berlebihan.

Fenomena ini sejalan dengan konsep manajemen laba, di mana pihak manajemen memiliki insentif untuk menekan beban pajak melalui pengakuan pendapatan yang lebih rendah atau pengalihan nilai transaksi. Praktik tersebut tidak hanya berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara, tetapi juga dapat menurunkan kredibilitas laporan keuangan perusahaan. Investor cenderung menilai tindakan tersebut sebagai sinyal negatif yang mencerminkan tingginya risiko perusahaan, sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Luckyta et al., 2024).

Salah satu faktor internal yang diyakini memengaruhi nilai perusahaan adalah manajemen laba. (Karlina et al., 2024) menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan tindakan manajemen dalam memanfaatkan fleksibilitas standar akuntansi untuk mengatur penyajian laba sesuai dengan tujuan tertentu. Praktik tersebut dilakukan melalui pilihan kebijakan akuntansi maupun pengaturan waktu pengakuan transaksi tanpa harus melanggar standar akuntansi yang berlaku. Penelitian (Saragih & Rusdi,

2024) menemukan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain manajemen laba, agresivitas pajak juga memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, (Pasaribu & Irawati, 2022). Agresivitas pajak merupakan tindakan perusahaan dalam menekan beban pajak melalui berbagai strategi perencanaan pajak, baik yang masih sesuai dengan ketentuan perpajakan maupun yang memanfaatkan celah dalam peraturan yang berlaku. Agresivitas pajak sering kali diperburuk oleh rendahnya tingkat transparansi perusahaan, sehingga praktik penghindaran pajak menjadi lebih sulit dideteksi oleh investor maupun otoritas perpajakan. Transparansi perusahaan melalui pengungkapan informasi yang memadai, audit independen, dan kepatuhan terhadap standar pelaporan keuangan dapat meningkatkan akuntabilitas perusahaan serta mengurangi asimetri informasi. Penelitian (Azizah, 2023) menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Transparansi perusahaan dipandang sebagai salah satu mekanisme tata kelola yang mampu membatasi perilaku oportunistik manajemen. Secara teoritis, transparansi yang tinggi, yang tercermin melalui kelengkapan pengungkapan informasi dan kualitas laporan keuangan, akan meningkatkan efektivitas monitoring oleh para pemangku kepentingan sehingga ruang gerak manajemen untuk melakukan manajemen laba maupun agresivitas pajak menjadi lebih terbatas. Temuan tersebut didukung oleh penelitian (Ningsih et al., 2023) yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengungkapan perusahaan berkaitan dengan menurunnya praktik manajemen laba yang diukur menggunakan discretionary accruals. Transparansi perusahaan juga terbukti mampu memperlemah dampak negatif agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020).

Sejalan dengan itu, (Retnoningsih et al., 2024) juga menguji pengaruh manajemen laba terhadap penghindaran pajak bersama variabel tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini memasukkan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi yang diharapkan dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara manajemen laba dan agresivitas pajak. Namun, beberapa penelitian lain menemukan bahwa transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi tidak selalu berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian terkait

manajemen laba, agresivitas pajak, dan transparansi perusahaan terhadap nilai perusahaan inilah yang menjadi research gap dan mendasari perlunya penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals di Indonesia periode 2020–2024.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal

Teori Sinyal (Signaling Theory) menjelaskan bahwa perusahaan dapat menyampaikan informasi tertentu kepada pihak eksternal untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor (Brigham & Houston, 2019). Manajemen yang memiliki informasi lebih lengkap mengenai kondisi dan prospek perusahaan akan memberikan sinyal melalui laporan keuangan, kebijakan dividen, struktur modal, maupun pengungkapan lainnya. Sinyal positif, seperti peningkatan kinerja keuangan atau transparansi informasi, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan harga saham serta nilai perusahaan. Sebaliknya, sinyal negatif dapat menurunkan persepsi pasar terhadap perusahaan (Godfrey et al., 2020).

Teori Keagenan

Agency theory menjelaskan kondisi ketika pemilik modal mempercayakan pengelolaan sumber daya perusahaan kepada manajer sebagai pihak yang menjalankan kegiatan operasional. Hubungan keagenan adalah hubungan yang terjadi ketika seseorang atau sekelompok prinsipal memberikan kuasa kepada agen untuk bertindak atas namanya. Dalam hubungan keagenan, prinsipal memiliki kepentingan, sedangkan agen diberi wewenang membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Jensen & Meckling, 1976). Teori keagenan menjelaskan bagaimana manajer berperan sebagai agen yang berupaya memenuhi keinginan pemilik perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan optimalisasi keuntungan melalui efisiensi biaya (Sari & Meiranto, 2022). Teori ini menekankan pentingnya pengendalian dan monitoring agar keputusan manajemen sejalan dengan tujuan pemegang saham (Panda & Leepsa, 2019).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran persepsi pasar terhadap kinerja, risiko, dan prospek perusahaan di masa depan yang tercermin dalam harga saham (Sutrisno, 2019). Nilai perusahaan menunjukkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menciptakan kemakmuran bagi pemegang saham. Semakin tinggi

nilai perusahaan, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan (Ross et al., 2022). Nilai perusahaan sering diukur menggunakan indikator berbasis pasar seperti Price to Book Value (PBV), Tobin's Q, dan harga saham, karena ukuran tersebut mencerminkan ekspektasi investor terhadap kinerja dan pertumbuhan perusahaan.

Manajemen Laba

Menurut (Silaban & Romadhina, 2025) manajemen laba merupakan upaya manajemen dalam memengaruhi informasi laba yang disajikan dalam laporan keuangan untuk kepentingan tertentu. Tindakan tersebut dilakukan dengan memanfaatkan fleksibilitas dalam penyusunan laporan keuangan sehingga laba yang dihasilkan dapat terlihat lebih stabil atau sesuai dengan target perusahaan. Teori keagenan menyatakan bahwa dapat terjadinya manajemen laba karena adanya kepentingan yang berbeda antara pemilik dan manajer. Hal ini dapat terjadi pada perusahaan karena manajer sebagai pengelola mempunyai informasi yang tidak dimiliki oleh pemegang saham dan mempergunakannya untuk meningkatkan utilitasnya.

Manajemen laba diproksikan dengan menggunakan model Jones yang dimodifikasi, karena pada penelitian yang dilakukan oleh Dechow (1995) membuktikan bahwa model ini lebih mampu mendeteksi tingkat manajemen laba dibandingkan model estimasi lain seperti model Jones (1991), model Healy (1985), model DeAngelo (1986) dan model Industri.

Agresivitas Pajak

(Putri Romadhina, 2020) agresivitas pajak merupakan aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk meminimalkan pembayaran pajak melalui strategi tertentu sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi tingkat agresivitas pajak perusahaan, maka semakin rendah beban pajak yang dibayarkan perusahaan kepada negara. Penelitian ini menggunakan ETR (Effective Tax Rate) untuk mengukur agresivitas pajak karena menurut (Gloria & Apriwenni, 2020) ETR merupakan proksi yang paling banyak digunakan.

Transparansi Perusahaan

Transparansi perusahaan merupakan salah satu prinsip penting dalam penerapan good corporate governance yang menekankan keterbukaan informasi kepada para pemangku kepentingan. Transparansi mencerminkan keterbukaan perusahaan dalam

menyampaikan informasi yang relevan mengenai kondisi dan kinerja perusahaan. Penyampaian informasi yang transparan dapat meningkatkan kepercayaan investor serta membantu mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan para pemangku kepentingan (Maghfirah & Giyartiningrum, 2024). Selain itu, transparansi perusahaan juga berperan dalam memberikan informasi yang lebih memadai kepada investor sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan ekonomi yang lebih rasional (Ramadia & Utami, 2024).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antarvariabel. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode lima tahun, yakni 2020–2024. Data dikumpulkan dengan mengakses situs resmi BEI (www.idx.co.id), karena BEI menyediakan data yang lengkap, terstruktur, dan mudah diakses, sehingga memudahkan proses penelitian. Penelitian ini dilakukan sejak diperolehnya izin penelitian pada Januari 2026 hingga Juli 2026. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan data sekunder yang terverifikasi untuk menganalisis hubungan antara variabel yang diteliti secara sistematis dan akurat.

Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor consumer non cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (annually report) yang secara lengkap dan dipublikasikan di BEI untuk periode 2020-2024. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 44 perusahaan yang tercatat dalam Sub Sektor Consumer Non Cyclical.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Tidak memenuhi	Yang memenuhi
1	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)		132
2	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024.	(46)	86
3	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang menyediakan laporan keuangan secara lengkap selama tahun 2020-2024	(3)	83

No	Kriteria	Tidak memenuhi	Yang memenuhi
4	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah.	(3)	80
5	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang secara berturut-turut menghasilkan laba selama periode penelitian tahun 2020–2024.	(36)	44
Jumlah Sampel		44 X 5	220

Sumber: Data penelitian, 2026

Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Data sekunder adalah informasi yang telah tersedia sebelumnya, berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersimpan dan dipublikasikan. Penelitian ini menggunakan software EViews 12 untuk memproses, menganalisis, dan mengevaluasi data agar hasil penelitian lebih akurat dan maksimal. Data yang digunakan berupa data panel, yaitu gabungan antara data time series (data dari waktu ke waktu) dan cross section (data dari beberapa perusahaan berbeda).

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Analisis data dilakukan dengan regresi data panel, yang meliputi beberapa tahapan, yaitu analisis deskriptif, uji model regresi data panel, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, sehingga hubungan antarvariabel dapat diteliti secara sistematis dan terpercaya.

HASIL PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa jumlah pengamatan penelitian ini adalah 220 observasi, berasal dari 44 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di BEI selama periode 2020–2024. Variabel Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar 0.6207, nilai maksimum yaitu sebesar 4.0393 yang diperoleh dari PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) pada tahun 2020, nilai minimum sebesar -1.4094 yang diperoleh dari PT Salim Ivomas Pratama Tbk. (SIMP) pada tahun 2024, serta standar deviasi sebesar 0.9697. Manajemen Laba (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.0008 dan standar deviasi 0.0044, dengan variasi data yang cukup rendah sehingga mean dapat

digunakan sebagai representasi data. Agresivitas Pajak (X2) memiliki mean 0.2367 dan standar deviasi 0.0845, juga menunjukkan mean dapat mewakili data. Sementara itu, Transparansi Perusahaan (Z) memiliki mean 0.9001, dan standar deviasi 0.0554, yang diperoleh dari PT Sariguna Primatirta Tbk. (CLEO) pada tahun 2020 di mana variasi data lebih besar daripada mean, sehingga mean kurang representatif untuk menggambarkan keseluruhan data.

Uji Chow

Berdasarkan hasil uji chow diketahui bahwa model hipotesis memiliki nilai probability cross-section $F < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ Maka H1 diterima yang artinya Fixed Effect Model adalah model yang cocok digunakan dibandingkan Common Effect Model. Maka pengujian dilanjutkan ke Uji Hausman untuk menentukan apakah Random Effect Model lebih cocok digunakan dibandingkan dengan Fixed Effect Model.

Uji Hausman

Berdasarkan hasil uji hausman diketahui bahwa hasil dari probability cross-section random $< 0,05$ yaitu $0,001 < 0,05$ Maka H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Fixed Effect Model yang paling tepat digunakan dibandingkan dengan Random Effect Model.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai probabilitasnya adalah 0.005 lebih kecil 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak berdistribusi normal. Menurut Gujarati et al. (2021), asumsi normalitas dalam analisis regresi ditujukan pada distribusi residual, bukan pada data atau variabel penelitian. Pelanggaran normalitas tidak memengaruhi sifat OLS sebagai estimator BLUE, tetapi dapat memengaruhi validitas pengujian hipotesis pada sampel kecil. Pada sampel yang besar, pengaruh pelanggaran normalitas umumnya berkurang karena berlakunya Central Limit Theorem.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.201910	0.432266	2.780490	0.0060
Manajemen Laba	8.141575	4.977791	1.635580	0.1037
Agresivitas Pajak	1.174085	0.300016	3.913408	0.0001

Sumber: Hasil olah data Eviews 12, 2026

Hasil analisis regresi diperoleh model sebagai berikut:

$$Y = 1.201910 - 8.141575.X1 - 1.174085.X2$$

1. Koefisien konstanta sebesar 1.201910 dan bernilai positif, yang artinya apabila variabel manajemen laba (X1) dan agresivitas pajak (X2) dianggap konstan, maka besarnya nilai perusahaan adalah sebesar 1.201910
2. Koefisien variabel manajemen laba (X1) sebesar 8.141575 dan bernilai positif, yang artinya hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan manajemen laba sebesar satu satuan, dan variabel lain dianggap konstan, sehingga peningkatan nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 8.141575.
3. Koefisien variabel agresivitas pajak (X2) sebesar 1.174085 dan bernilai positif, yang artinya hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan tingkat agresivitas pajak sebesar satu satuan, dan variabel lain dianggap konstan, sehingga peningkatan nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 1.174085.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Parameter	Nilai	Parameter	Nilai
R-squared	0.932269	Mean dependent var	0.620709
Adjusted R-squared	0.914753	S.D. dependent var	0.969703
S.E. of regression	0.283125	Sum squared resid	13.94783
F-statistic	53.22225	Durbin-Watson stat	1.550874
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil olah data Eviews 12, 2026

Berdasarkan tabel 3 di atas, diketahui bahwa nilai Adjusted R-squared adalah sebesar 0.9147. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tingkat manajemen laba (X1) dan agresivitas pajak (X1) dapat menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan sebesar 91% dan sisanya sebesar 9% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Uji F-Statistik

Berdasarkan hasil pengujian model menggunakan model Fixed Effect pada tabel 3 di atas diperoleh bahwa Fhitung sebesar 53.222 > Ftabel yaitu 2,64 dan nilai probabilitas 0,000 dengan hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel Manajemen Laba (X1), Agresivitas Pajak (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor consumer non cyclical yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2024.

Uji t-Statistik

Dari hasil pengujian statistik analisis regresi data panel menggunakan software Eviews versi 12, diperoleh uji statistik t sebagai berikut:

1. Manajemen Laba (X_1) Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.635 < 1,970$ dan nilai Prob t $0,103 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen laba (X_1) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2024.
2. Agresivitas Pajak (X_2) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.913 > 1,970$ dan nilai Prob t $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak (X_2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2024.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

1. Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) Tahap I diperoleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,916027. Nilai tersebut mengalami peningkatan sebesar 0,001274 (0,1%) dibandingkan dengan hasil uji koefisien determinasi pada model regresi sebelum memasukkan variabel moderasi sebagaimana disajikan pada Tabel 4, yaitu sebesar 0,914753. Peningkatan nilai Adjusted R-Squared tersebut menunjukkan bahwa penambahan variabel moderasi yaitu transparansi perusahaan (Z) beserta interaksinya dengan manajemen laba (X_1) mampu memperkuat sedikit lebih baik terhadap nilai perusahaan (Y).
2. Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) Tahap II diperoleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,917057. Nilai tersebut mengalami peningkatan sebesar 0,002304 (0,2%) dibandingkan dengan hasil uji koefisien determinasi pada model regresi sebelum memasukkan variabel moderasi sebagaimana disajikan pada Tabel 4, yaitu sebesar 0,914753. Peningkatan nilai Adjusted R-Squared tersebut menunjukkan bahwa penambahan variabel moderasi transparansi perusahaan (Z) beserta interaksinya dengan agresivitas pajak (X_2) mampu memperkuat sedikit lebih baik terhadap nilai perusahaan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik t diperoleh nilai $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ yaitu $1.635 < 1,970$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti secara parsial manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak mampu memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa

tinggi atau rendahnya tingkat manajemen laba tidak menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai nilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan kondisi fundamental perusahaan, prospek pertumbuhan, arus kas, serta penerapan tata kelola perusahaan yang baik dibandingkan hanya berfokus pada besarnya laba yang dilaporkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Apriadi & Setijaningsih, 2024) yang juga menemukan bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik t diperoleh nilai t-hitung $>$ t-tabel, yaitu $2,780 > 1,970$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti secara parsial agresivitas pajak (X_2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, agresivitas pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Consumer Non-Cyclicals mampu memanfaatkan strategi perpajakan untuk meningkatkan efisiensi pembayaran pajak sehingga laba setelah pajak menjadi lebih besar. Peningkatan laba tersebut memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efisien. Namun, strategi tersebut tetap harus dilakukan sesuai dengan ketentuan perpajakan agar tidak menimbulkan risiko hukum maupun penurunan kepercayaan investor. Penelitian ini konsisten dengan (Sodikin & Dewi, 2021) yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Manajemen Laba dan Agresivitas pajak Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan nilai F tabel yang diperoleh maka didapatkan hasil pengujian Fhitung $>$ Ftabel ($53.222 > 2,646$) dan nilai signifikansi < 0.05 ($0.000000 < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya manajemen laba dan agresivitas pajak secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di BEI selama periode 2020–2024. Penerapan kedua strategi tersebut secara bersamaan dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan persepsi investor terhadap prospek perusahaan. Dengan demikian, model regresi linier berganda yang digunakan dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial.

Transparansi Perusahaan Memoderasi Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) tahap I mengalami peningkatan sebesar 0,001274 atau 0,1% . Peningkatan nilai Adjusted R-Squared menunjukkan bahwa transparansi perusahaan dapat memberikan tambahan informasi yang membantu investor, kreditur, maupun pihak eksternal lainnya dalam memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi dan kinerja perusahaan. Dengan tingkat transparansi yang lebih baik, investor memperoleh informasi yang lebih memadai dalam mengevaluasi kinerja dan kondisi perusahaan, termasuk dalam menilai tindakan manajemen yang berkaitan dengan manajemen laba.

Transparansi Perusahaan Memoderasi Agresivitas pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) Tahap II mengalami peningkatan sebesar 0,002304 atau 0,2%. Peningkatan nilai Adjusted R-Squared tersebut menunjukkan bahwa transparansi yang baik dapat meningkatkan kualitas informasi yang tersedia bagi pihak eksternal sehingga investor dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai aktivitas perusahaan dan mempertimbangkan informasi terkait agresivitas pajak dalam melakukan penilaian terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya keterbukaan informasi, investor dapat menilai bagaimana perusahaan mengelola kewajiban perpajakannya serta mempertimbangkan dampaknya terhadap kinerja dan keberlangsungan perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba dan agresivitas pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menegaskan bahwa kombinasi keputusan manajerial dalam pengelolaan laba dan kebijakan perpajakan memiliki peran dalam membentuk penilaian investor terhadap perusahaan. Meskipun manajemen laba tidak berpengaruh secara parsial, agresivitas pajak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa investor tidak hanya menilai perusahaan berdasarkan informasi laba yang dilaporkan, tetapi juga mempertimbangkan kebijakan perpajakan yang diterapkan perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan.

Secara parsial, manajemen laba yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa tindakan pengelolaan laba belum cukup menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan. Sementara itu, agresivitas pajak yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan perusahaan dapat menjadi salah satu informasi yang dipertimbangkan oleh investor. Selanjutnya, hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa transparansi perusahaan dapat memperkuat pengaruh manajemen laba maupun agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan, meskipun peningkatannya relatif kecil. Hal ini terlihat dari peningkatan *Adjusted R-squared* dari 0,914753 menjadi 0,916027 pada hubungan manajemen laba terhadap nilai perusahaan dan menjadi 0,917057 pada hubungan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, transparansi perusahaan memberikan kemampuan penjelasan model yang sedikit lebih baik dalam menjelaskan hubungan manajemen laba dan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, R., & Setijaningsih, H. T. (2024). Pengaruh manajemen laba, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dimoderasi kebijakan dividen. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 9(2), 338–353. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v9i2.4783>
- Arifin, Z. (2020). Manajemen keuangan teori dan aplikasi. Mitra Wacana Media.
- Azizah, N. L. (2023). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan dengan tata kelola perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, 5(2), 113–123.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2), 193–225. <https://doi.org/10.2308/tar-9505096112>
- Gloria, & Apriwenni, P. (2020). Effective tax rate dan faktor-faktor yang memengaruhi. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 17–31. <https://doi.org/10.46806/ja.v9i2.759>
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., & Holmes, S. (2020). *Accounting theory* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Gujarati, D. N., Porter, D. C., & Gunasekar, S. (2021). *Basic econometrics* (6th ed.). McGraw Hill Education.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Karlina, L., Rahmasari, I., & Winingrum W. A, S. P. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 12(1), 82–99. <https://doi.org/10.32493/jiaup.v12i1.34769>
- Luckyta, A. I., Ferawati, I. W., & Wicaksono, B. (2024). Manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai pemoderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 420–432. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i2.2528>

- Maghfirah, N., & Giyartiningrum, E. (2024). Systematic literature review: Good corporate governance dan kinerja keuangan. *IJMA (International Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 254–264. <https://ejournal.almaata.ac.id/IJMA/article/view/4381>
- Ningsih, S., Prasetyo, K., Puspitasari, N., Cahyono, S., & Kamarudin, K. A. (2023). Earnings management and sustainability reporting disclosure: Some insights from Indonesia. *Risks*, 11(7), 1–19. <https://doi.org/10.3390/risks11070137>
- Panda, B., & Leepsa, N. M. (2019). Agency theory: Review of theory and evidence on problems and perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 12(1), 74–95.
- Pasaribu, P. R., & Irawati, W. (2022). Pengaruh transfer pricing dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 10(1), 68–78.
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 203–224. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>
- Putri Romadhina, A. (2020). Pengaruh komisaris independen, intensitas modal, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak perusahaan jasa yang terdaftar di BEI tahun 2014–2018. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 286–298.
- Ramadia, N., & Utami, T. (2024). Pengaruh tax avoidance dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. *LIABILITIES (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 7(3). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/LIAB/article/view/22349>
- Retnoningsih, S., Astuti, W. B., Mahanani, S., & Alfiyah, M. (2024). Pengaruh corporate social responsibility (CSR), good corporate governance (GCG), manajemen kompensasi, dan manajemen laba terhadap penghindaran pajak. *Owner*, 8(2), 1367–1373. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2021>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2022). *Fundamentals of corporate finance* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Saragih, M. R., & Rusdi, R. (2024). Pengaruh manajemen laba, pertumbuhan aset dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2020). *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(1), 127–137. <https://ojspustek.org/index.php/SJR/article/view/587>
- Sari, N. M., & Meiranto, W. (2022). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan tata kelola perusahaan sebagai pemoderasi hubungan penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(3).
- Silaban, M. U., & Romadhina, A. P. (2025). Pengaruh beban pajak tangguhan, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba (Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019–2023). *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(4), 1271–1280. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i4.1228>
- Sodikin, M., & Dewi, L. (2021). Pengaruh manajemen laba dan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor otomotif dan komponen di BEI tahun 2016–2020. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 2(1), 12–23.
- Sutrisno. (2019). *Manajemen keuangan: Teori, konsep, dan aplikasi*. Ekonisia.
- Yusmanianti, Y., Sumarlan, A., Astuti, B., & Ananda, N. A. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi corporate social responsibility. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 641–652. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3300>