

**PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PENGENDALIAN INTERNAL,
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, DAN KUALITAS AUDIT
TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2019-2022)**

TESIS

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Magister pada
Program Magister Akuntansi**



**Disusun Oleh:
DESTI SRI WIDANINGSIH
122100754**

**MAGISTER AKUNTANSI
PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2023

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PENGENDALIAN INTERNAL, TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022)

dipersiapkan dan disusun oleh:

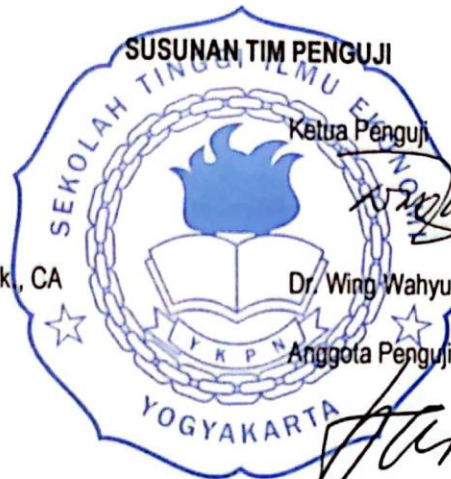
Desti Sri Widaningsih

Nomor Mahasiswa: 122100754

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 14 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak.) di bidang Akuntansi

Pembimbing

Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA



Ketua Penguji


Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Anggota Penguji


Dr. Bambang Suropto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 14 Juli 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,


Dr. Wisnu Prajogo, MBA.



UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PENGENDALIAN INTERNAL, TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022)

Telah diuji pada tanggal: 14 Juli 2023

Tim Penguji:

Ketua

Dr. Wing Wahyu Winarno, MAFIS., Ak., CA.

Anggota

Dr. Bambang Supto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Pembimbing

Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA

JL. SETURAN, YOGYAKARTA 55281, P.O. BOX 1014 YOGYAKARTA 55010
TELP. (0274) 486160, 486321, FAKS. (0274) 486155 www.stieykpn.ac.id

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PENGENDALIAN INTERNAL, TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022)

diujikan untuk diuji pada tanggal 14 Juli 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau bagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijasah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji

Wining Wahyu Winamo, MAFIS., Ak., CA.

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji

Bambang Suripto, M.Si., C.M.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 14 Juli 2023

Yang memberi pernyataan

Desti Sri Widaningsih

Saksi 3, sebagai Pembimbing

Dr. Atika Jauharita Hatta, M.Si., Ak., CA

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta

Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

**PENGARUH KONSERVATISME PERENCANAAN PAJAK,
PENGENDALIAN INTERNAL, TANGGUNG JAWAB SOSIAL
PERUSAHAAN, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP
REPUTASI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(STUDI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-
2022)**

Desti Sri Widaningsih

STIE YKPN Yogyakarta

e-mail: destisw28@gmail.com

ABSTRAK

Reputasi menjadi salah satu pemicu yang membangun sistem pengendalian manajemen perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konservatisme perencanaan pajak, pengendalian internal, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kualitas audit terhadap reputasi perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi. Transparansi informasi membantu perusahaan agar lebih transparan pada kinerja perusahaan, hal tersebut akan meminimalisir perusahaan melakukan tindakan manipulasi. Sampel penelitian diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 berjumlah 19 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Dengan menggunakan regresi data panel maka diperoleh hasil bahwa konservatisme berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, pengendalian internal berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan, dan kualitas audit berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, transparansi terbukti mampu memperkuat pengaruh positif konservatisme perencanaan pajak dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan. Dengan demikian, transparansi dianggap mampu menjaga dan meningkatkan fungsi reputasi perusahaan.

Kata kunci: reputasi, perencanaan pajak, kualitas audit, tanggung jawab sosial perusahaan, kualitas audit, transparansi

PENDAHULUAN

Umumnya perusahaan berdiri dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang optimal. Agar mencapai tujuan tersebut, tak jarang perusahaan seringkali melakukan berbagai cara yang mengakibatkan kerugian bagi negara, lingkungan sekitar dan juga akan berdampak buruk pada perusahaan. Kemungkinan yang terjadi apabila perusahaan melakukan tindakan yang tidak dibenarkan, hal tersebut bisa saja memicu respon yang negatif bagi publik. Hal tersebut dapat mencerminkan citra perusahaan yang tidak baik, perusahaan akan diduga melakukan tindak kecurangan sehingga akan mencoreng reputasi perusahaan. World Economic Forum 2020 telah membahas mengenai adanya peningkatan risiko reputasi yang sedang dihadapi oleh banyaknya perusahaan saat ini. Hal tersebut telah diperkuat dengan penelitian Nguyen et al. (2021) bahwa risiko dengan urutan teratas adalah risiko reputasi, kemudian risiko perpajakan. Dalam penelitian tersebut terlihat bahwa reputasi menjadi salah satu pemicu yang membangun sistem pengendalian manajemen mereka. Akibat dari rusaknya reputasi perusahaan akan menurunkan performa keuangan perusahaan.

Penelitian terdahulu oleh Mahon (2002), Kuncoro (2021) dan Baudot et al. (2018) mengenai salah satu faktor penting mengenai reputasi perusahaan dengan melihat bagaimana pengaruh konservatisme perencanaan pajak dalam kegiatan perencanaan pajak yang berdampak pada reputasi perusahaan, karena konservatisme perencanaan pajak dapat dimanfaatkan pihak manajerial seoptimal mungkin untuk meminimalkan biaya pajak yang dibayarkan namun tetap sesuai dengan aturan perpajakan sehingga dapat membuat penerimaan pajak lebih baik, hal tersebut tentu akan berdampak positif dalam meningkatkan reputasi perusahaan. Menurut penelitian Baudot et al. (2018) konservatisme perencanaan pajak akan menjadi ancaman bagi reputasi perusahaan apabila perencanaan yang dilakukan secara agresif. Faktor berikutnya yang berkaitan mengenai baik atau tidaknya reputasi suatu perusahaan, yaitu pengendalian internal. Dalam penelitian Ariani dan Weli (2022) pengendalian internal sangat penting untuk diterapkan dalam perusahaan karena pengendalian internal dapat menjadi alat pengawasan serta pencegahan untuk melakukan kecurangan dikarenakan adanya perbedaan kepentingan yang mungkin terjadi, apabila indeks pengendalian internal tinggi, maka efisiensi pengendalian internal juga semakin tinggi sehingga perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya dengan efisien dan akan meningkatkan reputasi perusahaan. Tetapi penelitian tersebut tidak searah dengan penelitian Bimo et al. (2019) yang menyatakan pengendalian internal justru memanfaatkan celah posisi kepemilikan perusahaan, sesuai dengan teori keagenan di mana adanya kepentingan antara pihak tertentu yang bekerja sama untuk mengambil keuntungan sepihak sehingga adanya kemungkinan merekayasa informasi atau laporan

keuangan perusahaan, yang apabila diketahui oleh pembaca informasi perusahaan atau investor maka akan membuat citra perusahaan menurun. Faktor selanjutnya yang dapat dipilih dalam memengaruhi reputasi perusahaan adalah tanggungjawab sosial perusahaan. Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial secara berkala akan memberikan manfaat dari berbagai kegiatan operasional yang dijalankannya, salah satunya dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Rusdian dan Putri, 2020). Tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya, menurut Vuong et al. (2021) banyak kasus pidana yang menunjukkan bahwa, meskipun CSR berjalan dengan baik, mereka masih dapat melakukan tindakan kriminal yang melanggar etika bisnis dan berdampak pada reputasi yang dimiliki perusahaan. Pengaruh yang terakhir yaitu kualitas audit. Dalam penelitian Barroso et al. (2018) berpendapat bahwa tingkat reputasi perusahaan yang lebih tinggi, dengan kualitas audit yang ditampilkan luas dan kuat, memberikan perlindungan terhadap tinjauan dan kepercayaan oleh masyarakat maupun investor. Lain halnya dengan Khalil dan Ozkan (2016) manajer memiliki kesempatan untuk memanipulasi hasil audit perusahaan yang dilaporkan untuk tujuan oportunistik, misalnya seperti meningkatkan motif gaji atau prospek pekerjaan di masa depan, hal tersebut tentu saja menurunkan performa nama baik perusahaan.

Berdasarkan dengan penelitian sebelumnya adanya hasil yang tidak konsisten, ditambahkan variabel transparansi sebagai pemoderasi dalam penelitian ini. Transparansi menjadi penting karena di dalamnya terdapat beberapa informasi yang diungkapkan oleh pihak manajemen, seperti risiko dan kinerja manajemen perusahaan. Menurut Saputra et al. (2021) transparansi berhasil memoderasi konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan, karena adanya transparansi dapat meminimalisir terjadinya konflik kepentingan (*agency conflict*) dalam menyusun anggaran pajak sehingga perencanaan pajak yang efektif dianggap mampu untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian berikutnya transparansi terhadap tanggung jawab sosial atau dikenal dengan CSR. Kegiatan CSR sebagian besar apabila dipublikasikan secara transparan dalam laporan tahunan, dampaknya akan meningkatkan reputasi perusahaan. CSR juga mengikat afiliasi antara karyawan dan perusahaan yang mendorong peningkatan produktivitas dan komitmen karyawan agar semakin banyak kegiatan sosial yang disediakan dalam laporan keuangan, sehingga juga meningkatkan reputasi perusahaan (Nguyen et al., 2021). Selanjutnya mengenai kualitas audit, merupakan bagian penting dalam meningkatkan kualitas pelaporan keuangan karena proses audit juga berupaya memberikan verifikasi independen atas laporan keuangan yang disiapkan oleh manajemen. Menurut Sarhan et al. (2019) transparansi memainkan hal ini transparansi berhasil memoderasi kualitas audit terhadap reputasi perusahaan. Transparansi informasi membantu perusahaan agar lebih transparan

pada kinerja perusahaan, hal tersebut akan meminimalisir perusahaan melakukan tindakan manipulasi, sehingga transparansi dapat digunakan sebagai pemoderasi pada penelitian ini.

TINJAUAN TEORI

Teori agensi atau *agency theory* yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) merupakan teori yang menggambarkan bagaimana suatu masalah muncul antara pengendalian dengan hubungan kepemilikan terhadap perusahaan sehingga timbul konflik kepentingan dalam suatu perusahaan. Teori agensi tentu saja mendahulukan kepentingan pemilik dengan cara memakmurkan pemegang saham terlebih dahulu, akan tetapi pihak manajemen memiliki kepentingan yang bertolak belakang dengan *stakeholders* yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi sehingga menimbulkan konflik kepentingan, konflik semacam ini disebut juga dengan *agency problem*.

Teori sinyal dikemukakan pertama kali oleh Spence (1973) merupakan sinyal bagi perusahaan agar informasi yang diketahui akan bermanfaat bagi perusahaan di masa depan. Tindakan perusahaan dengan melakukan asimetri informasi memberikan sinyal kepada pembaca informasi perusahaan maupun investor mengenai manajemen memandang masa depan perusahaan (Brigham dan Houston, 2019). Perusahaan yang memiliki integritas yang baik akan mengusahakan perolehan modal baru dengan investor lain atau cara lain. Menurut Sudana dan Sallama (2011) mengenai teori sinyal merupakan respon antara investor terhadap kualitas keuangan ketika perusahaan cenderung mendapatkan laba yang tinggi.

Reputasi perusahaan merupakan cara pihak eksternal dalam melihat sebuah kualitas perusahaan. Reputasi menjadi salah satu penentuan kepercayaan atau keputusan mengenai tingkat suatu perusahaan memiliki penghargaan dan terhormat. Bagi sebuah perusahaan di mana produk utama yang dihasilkan mendapatkan hasil atau menggambarkan kinerja yang baik, maka reputasi atau nama baik perusahaan tersebut sangat menentukan (Landion dan Lastanti, 2019).

Menurut Putra (2019) konservatisme perencanaan pajak ialah salah satu cara yang dilakukan oleh wajib pajak untuk manajemen perpajakan. Cara ini dilakukan tanpa melanggar undang-undang perpajakan yang berlaku. Sedangkan menurut Pohan (2018) konservatisme perencanaan pajak ialah proses dari wajib pajak agar perusahaan dapat membayar iuran pajaknya dalam jumlah yang seminimal mungkin.

Pengendalian internal merupakan metode, susunan perusahaan dan ukuran yang dilakukan untuk menjaga aset sebuah perusahaan. Pengendalian internal harus dijalankan seefisien mungkin untuk mencegah adanya terjadi kecurangan, penyelewengan dan kesalahan akibat dari penyalahgunaan yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan (Kalendesang dan Lambey, 2017). Berdasarkan tujuannya menurut Pujiono (2016) pengendalian internal diperlukan untuk mencapai tujuan dalam meminimalisir hal-hal yang mungkin bisa terjadi di luar dari rencana perusahaan, selain itu untuk memperbaiki tingkat kevalidan data dalam laporan tahunan atau laporan keuangan.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan langkah dari perusahaan yang memiliki berbagai tanggung jawab pada seluruh pemangku kepentingan perusahaan, hal ini mencakup karyawan, pemegang saham, ekonomi sosial, dan lingkungan (Rosidah, 2018). Selain itu, Mardikanto (2018) mengungkapkan bahwa CSR adalah salah satu konsep perusahaan untuk menghubungkan kepedulian sosial maupun lingkungan yang dalam interaksinya terhadap pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

Kualitas audit adalah langkah untuk mendeteksi audit dan melakukan pelaporan salah saji material yang dituangkan dalam laporan keuangan. Proses audit akan sangat membantu perusahaan dalam memeriksa apabila terjadi masalah maupun adanya temuan kekurangan pada sistem yang dapat membahayakan aset perusahaan. Hal-hal yang memengaruhi kualitas audit adalah lamanya auditor dalam melakukan pemeriksaan suatu perusahaan, jumlah klien dan ukuran perusahaan (Laksana dan Handayani, 2022).

Transparansi perusahaan merupakan cara perusahaan untuk menyediakan informasi yang dapat dipercaya mengenai kinerja perusahaan dalam hal posisi keuangan, pemerintah, kesempatan investasi, risiko serta nilai perusahaan yang bersifat umum (Pradnyana dan Noviari, 2017). Transparansi informasi diharapkan mampu meminimalisir masalah keagenan maupun konflik keagenan. Transparansi dapat diketahui berdasarkan seberapa banyak informasi yang disajikan oleh perusahaan dalam laporan keuangan sehingga apabila perusahaan lebih transparan, maka dapat mengurangi tindakan penggelapan pajak salah satunya (Amstrong et al., 2010).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan

Konservatisme perencanaan pajak adalah sebuah cara yang dilakukan oleh wajib pajak dalam memanajemen perpajakan atau penghasilannya sesuai dengan nilai-nilai yang diberlakukan. Menurut penelitian Hidayat dan Pesudo (2019) dan Kuncoro (2021) menyatakan bahwa konservatisme berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, apabila perencanaan pajak yang dilakukan semakin besar maka

semakin baik pula reputasi perusahaan. Perencanaan pajak dilakukan dengan kegiatan penyusunan dan perhitungan biaya pajak terutangnya seminimal mungkin dengan cara menurunkan laba kena pajak secara legal yang dianggap sah di mata hukum. Hal tersebut dilakukan agar pajak yang dibayarkan bisa ditekan dan tidak berlebih, sehingga laba bersih yang diperoleh tetap terlihat baik pada laporan keuangan maupun tahunan. Dengan laba bersih yang terlihat tinggi, maka *stakeholder* akan tertarik menginvestasikan sahamnya pada perusahaan yang berakibat pada citra perusahaan yang positif. Penelitian berikutnya oleh Saputra et al. (2021) menunjukkan jika perencanaan pajak yang agresif dapat menjadi pengaruh negatif bagi nama baik perusahaan. Perencanaan pajak yang agresif pihak manajerial melakukan pengurangan biaya perpajakan dan selisih dengan laba tidak sesuai, hal tersebut justru mengakibatkan adanya *agency cost* yang akan mengurangi rasa kepercayaan investor terhadap perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Konservatisme perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh pengendalian internal terhadap reputasi perusahaan

Perusahaan yang berhasil sangat dipengaruhi oleh kinerja pemegang kepentingan, dikarenakan kinerja adalah hasil yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugasnya apakah sudah sesuai dengan tanggung jawabnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Putri dan Endiana (2020) dan Rahardjo (2018) yang menyatakan untuk mencapai suatu keberhasilan dengan dilihatnya dari nama baik perusahaan, diperlukan landasan yang kuat dari pengendalian internal perusahaan mulai dari karyawan maupun pimpinan. Pengendalian internal yang efektif dapat memotivasi manajemen untuk menjalankan kinerja perusahaan sesuai dengan aturan yang berjalan dan menguntungkan perusahaan serta mencegah pengurangan nama baik perusahaan. Berbeda pendapat dengan penelitian Bimo et al. (2019) yang menyatakan adanya celah posisi kepemilikan perusahaan, sesuai dengan teori keagenan di mana adanya kepentingan antara pihak tertentu yang bekerja sama untuk mengambil keuntungan sepihak sehingga adanya kemungkinan merekayasa informasi atau laporan keuangan perusahaan, yang apabila diketahui oleh pembaca informasi perusahaan atau investor maka akan membuat citra perusahaan menurun. Maka dari itu di hipotesiskan sebagai berikut:

H2: Pengendalian internal berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan

Hasil penelitian Rusdian dan Putri (2018) dan Yolanda et al. (2022) menyatakan bahwa CSR yang dikoordinasikan dengan baik akan melakukan kinerjanya sesuai dengan tanggung jawab tanpa adanya kepentingan pribadi dalam memanipulasi laporan keuangan perusahaan, serta dapat digunakan sebagai alat promosi bagi

perusahaan apabila kegiatannya sesuai dengan kebijakan perusahaan dan dilaksanakan secara berkala sehingga reputasi perusahaan juga meningkat sehingga tingkat kepercayaan masyarakat maupun investor semakin tinggi. Lain halnya dengan peneliti Shim dan Yang (2016) kesalahpahaman tentang CSR yang ditanggapi oleh kelalaian pemimpin yang tidak etis. Reputasi perusahaan dianggap sebagai properti immaterial yang berharga yang dapat dihancurkan oleh keputusan organisasi atau mengabaikan praktik dan pengungkapan CSR. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan

Pengaruh kualitas audit terhadap reputasi perusahaan

Perusahaan dapat meminimalisir tindakan penyelewengan melalui kualitas auditor eksternal yang baik. Apabila perilaku penyelewengan dapat ditangani melalui auditor, hal tersebut akan memberikan pandangan yang positif dari para investor. Ketika investor memberikan sinyal yang positif, maka reputasi perusahaan pun semakin baik. Penelitian ini didukung oleh Nurmalasari dan Pangestuti (2022) dan Darko et al. (2018). Berbanding terbalik dengan penelitian Khalil dan Ozkan (2016) menunjukkan jika manajer memiliki kesempatan untuk memanipulasi hasil audit perusahaan yang dilaporkan untuk tujuan oportunistik, misalnya seperti meningkatkan motif gaji atau prospek pekerjaan di masa depan, hal tersebut tentu saja menurunkan performa nama baik perusahaan. Maka hipotesis kualitas audit dirumuskan sebagai berikut:

H4: Kualitas audit berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Transparansi memoderasi pengaruh konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan

Konservatisme perencanaan pajak dilakukan oleh pemangku kepentingan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Namun jika perencanaan pajak dilakukan secara agresif oleh manajer sebagai kesempatan dalam mengambil keuntungan untuk diri sendiri, maka dapat menimbulkan konflik kepentingan dalam perusahaan. Kemudahan dalam mengakses informasi suatu perusahaan menjadi bagian dari transparansi perusahaan untuk menyampaikan keadaan maupun kinerja perusahaan kepada pihak luar atau investor. Semakin transparan perencanaan pajak yang disampaikan oleh pihak manajemen dalam laporan keuangan atau laporan tahunan, maka pemilik perusahaan mengetahui kondisi perusahaan sehingga reputasi perusahaan meningkat memberikan pandangan positif bagi investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Paparan penelitian tersebut sejalan oleh penelitian (Pratiwi dan Stiawan, 2022). Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H5: Transparansi memperkuat hubungan positif konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan.

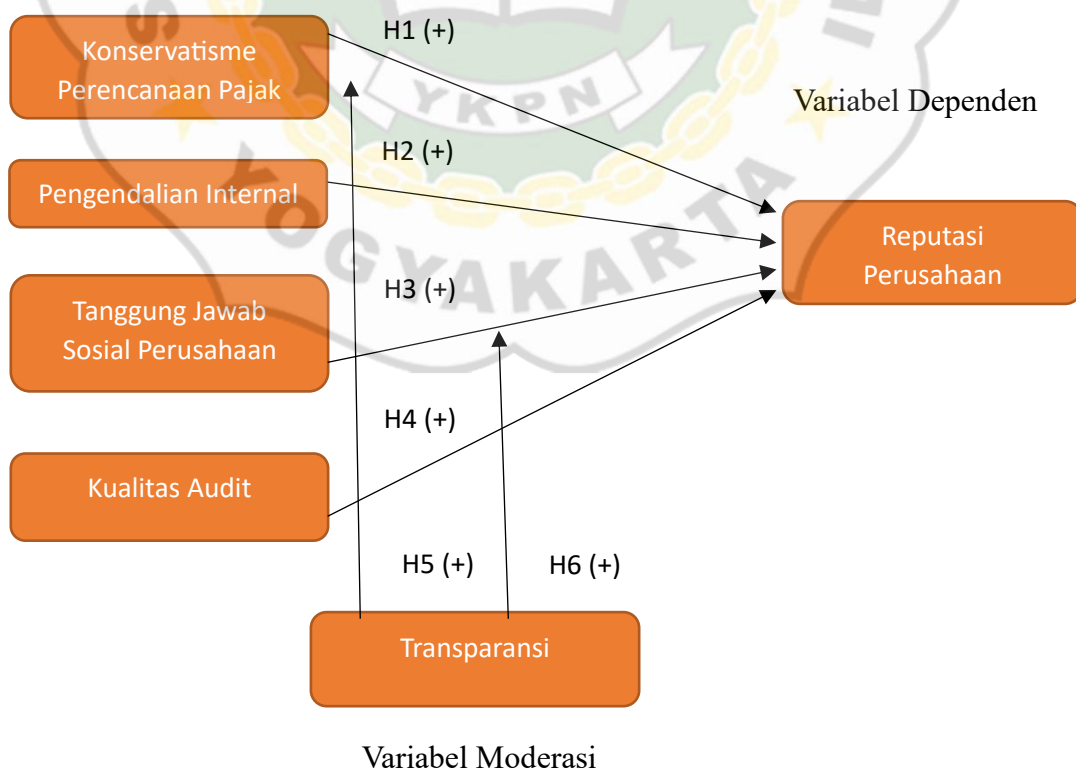
Transparansi memoderasi pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan

Penerapan CSR adalah salah satu cara yang menekankan bahwa pentingnya hak pemegang saham serta pembaca laporan keuangan untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan dengan akurat dan benar. Hal ini dilakukan bukan hanya sekedar formalitas saja, tetapi sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja serta reputasi perusahaan. Selain itu informasi yang ditujukan mengenai kinerja keuangan juga harus benar dan transparan. Sesuai dengan penelitian Lim dan Woo (2017) apabila CSR banyak dipublikasikan, maka akan meningkatkan transparansi perusahaan. Dengan transparansi yang lebih besar dalam komunikasi pemangku kepentingan, maka juga besar kontrol dalam manajemen risiko perusahaan. Risiko besar dari berbagai keuangan, sosial, dan lingkungan krisis dapat dikurangi untuk mengamankan arus kas perusahaan. Dalam hal ini akan berpengaruh pada kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang mengenai nama baik perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Transparansi memperkuat hubungan positif tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan.

MODEL PENELITIAN

Variabel Independen



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 – 2022 dengan jumlah 19 perusahaan. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder, di mana data diperoleh dari *database* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun dari *website* resmi perusahaan yang dijadikan sampel dalam periode tahun 2019-2022. *Purposive sampling* digunakan dalam penelitian untuk menentukan sampel dengan kriteria perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor pertambangan selama periode penelitian 2019-2022, mempublikasikan laporan tahunan di *website* (basis data) BEI secara lengkap selama 2019-2022, perusahaan dengan sektor pertambangan menggunakan mata uang (rupiah) pada laporan keuangan yang disajikan, perusahaan sektor pertambangan tidak mengalami kerugian selama 4 tahun yaitu 2019-2022, dan data yang akan digunakan tersedia secara lengkap.

Indikator yang digunakan untuk mengukur konservatisme perencanaan pajak adalah *Effective Tax Rate* atau ETR dengan menghitung beban pajak penghasilan dibagi dengan laba sebelum pajak, jika semakin rendah nilai ETR maka semakin tinggi tingkat perencanaan pajak suatu perusahaan. Variabel pengendalian internal diukur menggunakan penilaian dari pendapat yang diungkapkan oleh auditor mengenai hasil laporan keuangan perusahaan. Ada dua poin pendapat auditor, yaitu diberi nilai *dummy* 1 pada pendapat wajar tanpa pengecualian dan diberi nilai *dummy* 0 untuk selain wajar tanpa pengecualian. Menurut penelitian Murnita dan Putra (2018) *corporate social responsibility* diukur berdasarkan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dengan indikator sebanyak 125 indikator yang terdiri atas 34 indikator pengungkapan standar umum dan 91 indikator pengungkapan standar khusus. Setiap indikator diberi nilai 1, jika perusahaan menyajikan 1 (satu) item maka nilai yang diperoleh adalah 1 (satu). Apabila item tidak disajikan maka diberi nilai 0 (nol). Kualitas audit adalah kualitas auditor yang dapat dilihat dari 4 besar KAP di Indonesia, dalam penelitian Asante-Darko et al (2018) diukur menggunakan variabel *dummy*, diberi nilai 1 untuk KAP yang masuk dalam daftar Big 4 dan diberi nilai 0 untuk non-Big 4. Dalam penelitian Landion dan Lastatnti (2019) reputasi perusahaan diukur menggunakan *Closing Price (CP)* yaitu harga yang muncul pada saat bursa tutup atau saham akhir tahun. Dalam penelitian Pradnyana dan Noviyari (2017) transparansi diukur dengan pengungkapan sukarela. Ukuran tersebut dilihat berdasarkan banyaknya informasi yang disajikan pada laporan keuangan, kemudian lakukan penyesuaian dengan indeks yang telah disusun kemudian dibagi dengan jumlah seluruh item pengungkapan sukarela.

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan memanfaatkan Eviews 10 sebagai alat pengolah data. Proses analisis data diawali dengan melakukan uji statistik deskriptif untuk mengetahui distribusi data sampel. Pada regresi data panel perlu dilakukan uji Chow, uji Hausman, dan uji lagrange

multiplier untuk menentukan model yang paling tepat diantara *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Menurut Gujarati (2003) keunggulan dari data panel yaitu tidak harus melakukan uji asumsi klasik. Penggunaan metode Generalized Least Square (GLS) dapat menekan gejala autokorelasi yang biasa terjadi pada metode Ordinary Least Square (OLS) (Gujarati, 2003). Dengan demikian, penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya, dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 KPP + \beta_2 PI + \beta_3 CSR + \beta_4 KA + \beta_5 KPP * T + \beta_7 CSR * T + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y	: Reputasi Perusahaan
α	: Konstanta
β	: Koefisien Regresi
KPP	: Konservatisme Perencanaan Pajak
PI	: Pengendalian Internal
CSR	: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
KA	: Kualitas Audit
T	: Transparansi Perusahaan
e	: Kesalahan atau <i>error</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampel penelitian diperoleh melalui teknik purposive sampling dengan menggunakan kriteria yang relevan terhadap penelitian.

Tabel 1. Kriteria Sampel

No.	Karakteristik Pemilihan Sampel	Total Perusahaan
1.	Total perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI 2019-2022	45
2.	Total perusahaan sektor pertambangan yang tidak menyediakan laporan tahunan 2019-2022 dengan lengkap	7
3.	Total perusahaan sektor pertambangan yang tidak menyajikan laporan keuangan 2019-2022 dalam bentuk rupiah	19
4.	Total perusahaan sektor pertambangan yang mengalami kerugian selama 3 tahun (2019-2022)	0
	Total sampel	19

Tabel 1 menunjukkan bahwa hanya terdapat 19 perusahaan dari 45 perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2022 yang sesuai dengan kriteria penelitian sehingga diperoleh 76 sampel dari 4 tahun pengamatan.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	RP	KPP	PI	CSR	KA	KPP*TRA N	CSR*TRA N
Mean	1.303882	0.258775	0.736842	0.750000	0.131579	0.189143	0.728367
Median	0.488000	0.207645	1.000000	1.000000	0.000000	0.140595	0.727941
Maximum	8.400000	2.248691	1.000000	1.000000	1.000000	1.331020	1.000000
Minimum	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.470588
Std. Dev.	1.760509	0.348588	0.443273	0.435890	0.340279	0.229693	0.153741
Observations	76	76	76	76	76	76	76

Sumber: Eviews 10

Tabel 2 menjelaskan mayoritas perusahaan melakukan perencanaan pajak yang tinggi terlihat dari nilai rata-rata ETR sebesar 0,2587, mayoritas perusahaan memiliki pengendalian internal yang baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 0,7368, diketahui bahwa mayoritas perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 0,7500, mayoritas perusahaan memiliki kualitas audit yang tidak baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 0,1315, mayoritas perusahaan melakukan transparansi perencanaan pajak yang tidak baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 0,1892, mayoritas perusahaan melakukan transparansi tanggung jawab sosial yang baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 0,7283, dan diketahui bahwa mayoritas perusahaan memiliki reputasi yang tidak terlalu baik terlihat dari nilai rata-rata sebesar 1,3038.

Tabel 3. Uji Penentuan Model

Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.299341	(18,51)	0.0000
Cross-section Chi-square	70.165660	18	0.0000

Sumber: Output Eviews 10

Uji Hausman

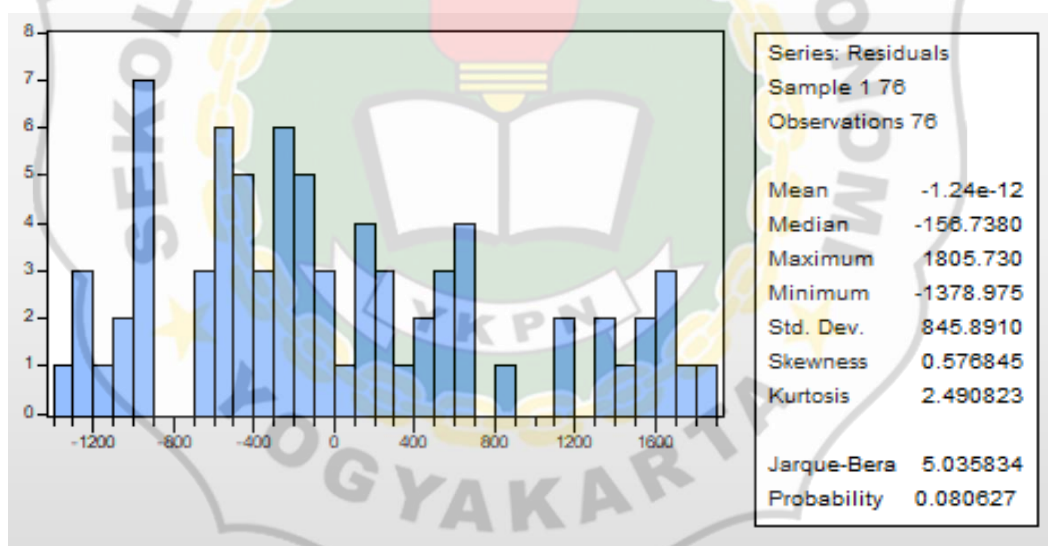
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
--------------	-------------------	--------------	-------

Cross-section random	6.543622	6	0.3651
----------------------	----------	---	--------

Sumber: Output Eviews 10

Tabel 3 menunjukkan hasil uji Chow dengan nilai probabilitas $< 0,05$ sehingga fixed effect model lebih baik untuk digunakan dalam regresi data panel. Selanjutnya hasil dari uji Chow perlu dibandingkan dengan uji Hausman. Uji Hausman digunakan untuk mengetahui lebih baik memilih fixed effect model atau random effect model. Tabel 3 pada uji Hausman menunjukkan bahwa random effect model lebih baik untuk dipilih karena nilai probabilitas $> 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa random effect model lebih tepat diterapkan dalam pengujian.

Gambar 2. Uji Normalitas



Sumber: Output Eviews 10

Gambar 2 menunjukkan nilai Jarque-Bera sebesar 5,035834 dengan nilai probabilitas sebesar 0,080627. Maka dinyatakan model pada penelitian ini berdistribusi normal karena nilai probabilitas 0,080627 lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Uji Multikolonearitas

	KPP	PI	CSR	KA	KPP*TRAN
KPP	1.000000	0.139858	0.145596	0.011748	0.755690
PI	0.139858	1.000000	-5.362887	0.055829	0.127639
CSR	0.145596	-5.362887	1.000000	0.044947	0.159029
KA	0.011748	0.055829	0.044947	1.000000	0.132953
KPP*TRAN	0.755690	0.127639	0.159029	0.132953	1.000000
CSR*TRAN	-0.109850	-0.081773	-0.014834	0.348832	0.050912

Sumber: Output Eviews 10

Tabel 4 menunjukkan semua nilai korelasi antar variabel independen tidak lebih dari 0,08 dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.567673	0.671415	0.845488	0.4008
KPP	1.180588	1.185817	0.995590	0.3229
PI	0.413141	0.223728	1.846620	0.0691
CSR	0.032240	0.230054	0.140142	0.8890
KA	0.447163	0.442549	1.010426	0.3158
KPP*TRAN	2.250711	1.809847	1.243592	0.2179
CSR*TRAN	1.551670	0.805575	1.926165	0.0582

Sumber: Output Eviews 10

Hasil uji pada tabel 5 menampilkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.839179	1.027844	1.789356	0.0779
KPP	5.101056	1.952446	2.612649	0.0110
PI	0.846324	0.372605	2.271371	0.0262
CSR	0.385234	0.378347	1.018203	0.3121
KA	0.951463	0.534534	1.779985	0.0795
KPP*TRAN	8.793227	2.970963	2.959723	0.0042
CSR*TRAN	2.419366	1.281310	1.888197	0.0632

Sumber: Output Eviews 10

Hasil uji autokorelasi pada tabel 6, nilai Durbin Watson sebesar 1.138. Batasan adanya autokorelasi ialah angka Durbin Watson berada antara -2 dan 2, yaitu $-2 < 1.138 < 2$. Sehingga dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

Tabel 7. Hasil Regresi Data Panel

Variabel	Prediksi	t-Statistic	Prob.	Hipotesis
KPP	H1 positif	3.072570	0.0030	Terdukung
PI	H2 positif	1.508587	0.0360	Terdukung
CSR	H3 positif	0.461888	0.0469	Terdukung
KA	H4 positif	0.857415	0.0012	Terdukung

KPP*TRAN	H5 positif	3.520817	0.0008	Terdukung
CSR*TRAN			0.0361	Terdukung
F			0,00001	
<i>Adjusted R-squared</i>	H6 positif	1.508136	0,41183	

Sumber: Output Eviews 10

Tabel 7 menunjukkan nilai probabilitas F sebesar 0,000001 atau lebih kecil dari 0,05. Disimpulkan secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan. Kemudian nilai R-squared sebesar 0,411838 artinya 41,18% reputasi perusahaan dipengaruhi oleh variabel konservatisme perencanaan pajak, pengendalian internal, tanggung jawab sosial perusahaan, kualitas audit, transparansi perencanaan pajak, dan transparansi tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan 58,82% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Uji statistik t-test signifikansi $< 0,05$ artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap dependen. Tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi perencanaan pajak sebesar $0,003 < 0,05$ artinya tingginya nilai konservatisme perencanaan pajak maka akan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Melalui aktivitas manajerial dalam melakukan perencanaan pajak yang baik akan menimbulkan pengaruh yang positif bagi nama baik perusahaan. Hal tersebut searah dengan penelitian Hidayat dan Pesudo (2019) dan Kuncoro (2021) yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak dilakukan dengan kegiatan penyusunan dan perhitungan biaya pajak terutangnya seminimal mungkin dengan cara menurunkan laba kena pajak segera legal yang dianggap sah di mata hukum. Hal tersebut dilakukan agar pajak yang dibayarkan bisa ditekan dan tidak berlebih, sehingga laba bersih yang diperoleh tetap terlihat baik pada laporan keuangan maupun tahunan. Nilai signifikansi pengendalian internal sebesar $0,0360 < 0,05$ artinya pengendalian internal memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Semakin tinggi indeks pengendalian internal, semakin meningkat efisiensi pengendalian sebuah perusahaan sehingga perusahaan akan melaksanakan kegiatan internalnya dengan efisien dan meningkatkan reputasi perusahaan. Sejalan dengan penelitian Gilandeh et al., (2016) menyatakan kegiatan dan prosedur pengendalian internal dapat membantu perusahaan untuk meminimalisir risiko dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk tujuan jangka panjang, serta dengan peningkatan pengendalian internal akan membuat nama baik perusahaan meningkat. Diketahui nilai signifikansi CSR sebesar $0,046 < 0,05$ maka CSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Jika perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara berkala, maka reputasi perusahaan pada lingkup eksternal akan meningkat. Hal tersebut akan memengaruhi tingginya loyalitas investor pada perusahaan. Meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada tingkat penjualan dan profitabilitas perusahaan, yang berarti nama baik perusahaan akan semakin tinggi. Sejalan dengan penelitian Puspitasari dan Ermayanti, (2021) berpendapat

bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh pada reputasi perusahaan, di mana informasi CSR menjadi suatu hal yang dipertimbangkan oleh investor ketika mengambil keputusan untuk berinvestasi. Pengungkapan CSR pada laporan tahunan akan memperkuat nama baik perusahaan karena investor menganggap perusahaan tersebut memiliki citra yang baik pada masyarakat.

Hasil uji t selanjutnya menunjukkan nilai signifikansi kualitas audit sebesar $0,001 < 0,05$ maka kualitas audit memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. KAP besar (*KAP Big Four*) dinilai akan melakukan pengauditan lebih berkualitas dibandingkan KAP kecil (*KAP Non Big Four*). Sejalan dengan penelitian Dewi (2020) reputasi perusahaan merupakan sebuah pencapaian kinerja perusahaan atas investasi yang kemudian ditutup dengan pengauditan oleh kantor auditor. Perusahaan yang berkinerja baik akan menghasilkan kualitas audit yang baik melalui pemeriksaan auditor independen. Nilai signifikansi transparansi memoderasi perencanaan pajak sebesar $0,0008 < 0,05$ artinya semakin tinggi nilai transparansi maka akan memperkuat hubungan positif konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian sejalan dengan Hidayat (2019) menyatakan transparansi berhasil memoderasi pengaruh konservatisme perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan, hal tersebut dikarenakan manajemen mengungkapkan lebih banyak informasi dalam laporan keuangan laporan tahunan sehingga investor dan pemilik perusahaan mengetahui kondisi yang sebenarnya. Dengan adanya transparansi, pihak manajemen tidak memiliki atau mengurangi tujuan untuk menguntungkan pribadinya sendiri. Sehingga manajemen yang melakukan perencanaan pajak dapat memperhitungkan dengan benar sesuai dengan peraturan dan memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan. Diketahui nilai signifikansi transparansi memoderasi CSR sebesar $0,036 < 0,05$ maka transparansi memperkuat hubungan CSR terhadap reputasi perusahaan. Semakin transparan kegiatan sosial suatu perusahaan yang disediakan pada laporan tahunan maupun laporan keuangan akan menarik banyak perhatian investor yang melakukan investasi sehingga bernilai positif pada reputasi perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jekwan dan Hermuningsih (2016) Dengan adanya transparansi informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan serta kontribusinya terhadap lingkungan sekitar yang disajikan dalam laporan keuangan, hal tersebut dapat memengaruhi reputasi perusahaan, di mana para investor maupun calon investor mengetahui jenis-jenis kegiatan perusahaan berkontribusi aktif dalam kegiatan sosial, sehingga muncul perspektif dari investor bahwa perusahaan tidak hanya mementingkan laba saja, namun memiliki kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

SIMPULAN

Setelah dilakukan beberapa pengujian, hasil analisis data panel menyatakan konservatisme perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perusahaan. Perencanaan pajak dianggap suatu hal yang legal apabila dilakukan sesuai dengan ketentuan aturan perpajakan, hal tersebut dilakukan agar perusahaan memperhitungkan dengan baik pajak yang akan dibayarkan agar tidak berlebih, yang justru untuk meminimalkan pengeluaran sehingga laba yang diperoleh tetap optimal. Pengendalian internal berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan, ketika pemilik perusahaan membuat sistem pengendalian internalnya seefektif mungkin, maka dapat mengawasi kinerja agen sehingga pihak agen tidak memanipulasi kekayaan perusahaan dengan cara pemberian sinyal informasi yang tidak sesuai dengan keadaan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan, manajer selaku pihak agen memiliki tanggung jawab secara moral dalam membangun reputasi perusahaan yang baik sehingga menunjukkan sinyal yang positif bagi investor berkeinginan investasi di perusahaan terkait. Kualitas audit berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan, auditor yang independen dipercaya dapat mengurangi ketidakseimbangan informasi pada perusahaan. Transparansi memperkuat hubungan positif perencanaan pajak terhadap reputasi perusahaan, dengan transparansi akan menyajikan informasi yang sebenarnya sesuai dengan keadaan perusahaan dan mendapatkan sinyal positif dari investor mengenai reputasi perusahaan tersebut. Transparansi memperkuat hubungan positif tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reputasi perusahaan, dengan banyaknya informasi yang dipublikasikan secara transparan mengenai kegiatan apa saja yang aktif diikuti oleh perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan yang baik.

Keterbatasan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran pada peneliti selanjutnya agar lebih memperluas sampel dan menambah periode tahun maupun jumlah sampel perusahaan yang diteliti sehingga tidak terbatas pada sektor pertambangan saja. Untuk mengukur reputasi perusahaan dapat menambahkan variabel lain, hal ini mengingat R-squared model data panel dalam penelitian ini hanya 41,18% dan sisanya sebesar 58,82% digambarkan oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Akuntansi Berkelanjutan, J., & Ariani, M. (2022). *Pengaruh Pengungkapan Sistem Pengendalian Internal terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Sebagai Mediator*. 5(2). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI>
- Barroso, R., Ben Ali, C., & Lesage, C. (2018). Blockholders' Ownership and Audit Fees: The Impact of the Corporate Governance Model. *European Accounting Review*, 27(1), 149–172. <https://doi.org/10.1080/09638180.2016.1243483>
- Baudot, L., Johnson, J. A., Roberts, A., & Roberts, R. W. (2020). Is Corporate Tax Aggressiveness a Reputation Threat? Corporate Accountability, Corporate Social Responsibility, and Corporate Tax Behavior. *Journal of Business Ethics*, 163(2), 197–215. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04227-3>
- Bimo, I. D., Prasetyo, C. Y., & Susilandari, C. A. (2019). The effect of internal control on tax avoidance: the case of Indonesia. *Journal of Economics and Development*, 21(2), 131–143. <https://doi.org/10.1108/jed-10-2019-0042>
- Brigham, E. F. dan J.F. Houston. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Empat Belas. Buku Dua. Salemba Empat. Jakarta
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., Dwi Ratmono. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2013. *Dasar-Dasar Ekonometrika Terjemahan Mangunsong S.C*. Salemba Empat. Buku 2. Edisi 5. Jakarta
- Khalil, M., & Ozkan, A. (2016). Board Independence, Audit Quality and Earnings Management: Evidence from Egypt. *Journal of Emerging Market Finance*, 15(1), 84–118. <https://doi.org/10.1177/0972652715623701>
- Mardianti, D., Yusrizal, & Hayati, R. (2019). Analisis Pengaruh Return on Equity, Earning Per Share, Dan Operating Profit Marginterhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(1), 71-82 ISSN 2527-8223.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Thanh Hoai, T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. *Heliyon*, 7(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06809>
- Nurmalasari, A., Rini, I., & Pangestuti, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Audit, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Cash Holding terhadap Nilai Perusahaan*. 7(6).

- Pratiwi, L. I., & Stiawan, H. (2022). *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Pengaruh Tax Planning Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.y3a.org/index.php/AKUA>
- Ragil, A., & Halaman, K. (2021). KEPATUHAN PAJAK DAN REPUTASI PERUSAHAAN. In *Jurnal Pajak Indonesia* (Vol. 5, Issue 2).
- Saputra, A. D. (2021). *BURSA EFEK INDONESIA* (Vol. 1, Issue 3). www.idx.co.id.
- Sarhan, A. A., Ntim, C. G., & Al-Najjar, B. (2019). Antecedents of audit quality in MENA countries: The effect of firm- and country-level governance quality. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 35, 85–107. <https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2019.05.003>
- Sudana, I. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vuong, Q. H., La, V. P., Nguyen, H. K. T., Ho, M. T., Vuong, T. T., & Ho, M. T. (2021). Identifying the moral–practical gaps in corporate social responsibility missions of Vietnamese firms: An event-based analysis of sustainability feasibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 30–41. <https://doi.org/10.1002/csr.2029>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

