

## Dampak Tax Planning Dan Net Profit Margin Terhadap Price Earning Ratio

Surya Sanjaya, Khairul Anwar Pulungan, Edisah Putra Nainggolan  
Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received:  
Revised  
Accepted,

#### Keywords:

Tax Planning,  
Net Profit Margin,  
Earning Price ratio

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tax Planning dan Net Profit Margin terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 12 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020 dengan total data pengamatan sebanyak 60 data selama 5 tahun pengamatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu *software* SPSS 26. Hasil penelitian Tax Planning menunjukkan nilai uji statistik t hitung sebesar 2,165 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 2,002 sedangkan nilai sig Tax Planning sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Tax Pkanning berpengaruh terhadap nilai Price Eaarning Ratio. Net Profit Margin menunjukkan nilai uji statistik t hitung sebesar -2,336 lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar -2,002 sedangkan nilai sig Net Profit Margin sebesar 0,023 lebih kecil dari 0,050, hal ini menunjukkan bahwa Net Profit Margin berpengaruh terhadap nilai Price Earning Ratio. Hasil penelitian Tax Planning dan Net Profit Margin secara bersama sama menunjukkan nilai statistik F hitung sebesar 5,166 lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,160 sedangkan nilai sig sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara Tax Planning dan Net Profit Margin terhadap Earning Price Ratio secara simultan.

This study aims to determine the effect of Tax Planning and Net Profit Margin on the Price Earning Ratio in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016 – 2020. This research is an associative type of research. The sampling technique was carried out using a purposive sampling technique. So that the samples obtained were 12 food and beverage companies listed on the IDX in 2016 - 2020 with a total of 60 observational data for 5 years of observation. The data collection technique used is documentation. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with the SPSS 26 software tool. The results of the Tax Planning research show that the statistical test value of t count is 2.165 greater than t table of 2.002 while the sig value of Tax Planning is 0.035 less than 0.05, this shows that tax planning has an effect on the value of the Price Earning Ratio. The Net Profit Margin shows that the t statistical test value is -2.336 which is greater than the t table which is -2.002 while the sig Net Profit Margin value is 0.023 which is smaller than 0.050, this shows that the Net Profit Margin has an effect on the value of the Price Earning Ratio. The results of the study of Tax Planning and Net Profit Margin jointly show that the calculated F statistic value is 5.166 greater than the F table value of 3.160 while the sig value of 0.009 is less than 0.05, this shows that there is a significant influence between Tax Planning and Net Profit Margin to Earning Price Ratio simultaneously

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### Corresponding Author:

Surya Sanjaya,

Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapten Mochtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238 Indonesia

Email : [suryasanjaya@umsu.ac.id](mailto:suryasanjaya@umsu.ac.id)

## Pendahuluan

*Price earning ratio* berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan membuat laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar *price earning ratio*, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. *price earning ratio* (PER) mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang saat ini investor bersedia membayar

sahamnya, dengan kata lain *price earning ratio* merupakan harga untuk tiap rupiah laba. *Price Earning Ratio* merupakan media yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan

. Nilai perusahaan dapat melihat seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini biasa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Menurut Anoraga (2011), nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari arus kas yang akan diterima oleh pemilik nilai perusahaan dikemudian hari. Nilai perusahaan adalah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh bukti penyertaan atau pemilikan suatu perusahaan.

Menurut Sartono (2010:487), nilai dari perusahaan diartikan sebagai nilai jual dari perusahaan itu saat sedang beroperasi. Jika nilai jualnya berada di atas nilai likuiditas, manajemen perusahaan sudah menjalankan fungsinya dengan baik. Nilai yang didapatkan perusahaan adalah bentuk atau wujud dari kepercayaan masyarakat akan usahanya selama beberapa tahun. Tanpa kepercayaan, perusahaan akan sulit bertahan dari berdiri sampai sekarang.

Mengingat betapa pentingnya nilai perusahaan, sebisa mungkin perusahaan selalu meningkatkan nilai perusahaan, salah satu cara yang dapat dilakukan dalam meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan melakukan *Tax Planning* (Perencanaan Pajak). Perencanaan pajak merupakan suatu upaya untuk mengurangi dan/atau membuat suatu beban pajak seminimal mungkin yang dapat dibayarkan kepada negara. Sebab pada dasarnya, bagi perusahaan, pajak adalah beban yang dapat mengurangi laba bersih, perencanaan pajak juga membuat perusahaan dapat memitigasi segala risiko ketidakpatuhan perpajakan yang akan mengurangi utang pajak tidak terduga Menurut Faisal (2017, hal. 285), "Perencanaan pajak tidak jauh berbeda dengan upaya menekan pengeluaran perusahaan

Sedangkan menurut, perencanaan pajak adalah proses merekayasa usaha dan transaksi Wajib Pajak agar utang pajak berada dalam jumlah yang minimal, tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan". Namun demikian perencanaan pajak juga dapat diartikan sebagai perencanaan pemenuhan kewajiban perpajakan secara lengkap, benar, dan tepat waktu sehingga secara optimal dapat menghindari pemborosan sumber daya. Tindakan yang dapat dilakukan dalam melakukan perencanaan pajak adalah dengan cara melakukan Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*), tindakan penghindaran pajak ini misalnya dengan cara melakukan transaksi jual beli hanya dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa saja dengan cara memberikan harga jual yang khusus atau lebih sering disebut dengan harga transfer (*Transfer Pricing*) ketimbang dengan perusahaan yang tidak memiliki hubungan istimewa atau dengan cara mengoptimalkan atau memanfaatkan PPh Non Final yang dapat dijadikan sebagai kredit pajak atau pengurang hutang pajak seperti PPh Pasal 22, 23, 24 dan 25 atau hanya melakukan transaksi dengan perusahaan yang sudah dikukuhkan menjadi PKP oleh Kantor Pelayanan Pajak sehingga dapat memungut PPN dengan tujuan untuk mengurangi beban pajak PPN dan banyak lagi yang lainnya. Perencanaan pajak dalam penelitian ini diukur menggunakan tarif pajak efektif atau *effective tax rate*.

Menurut Anwar (2017, hal. 48), "Tarif pajak efektif adalah besarnya persentase tarif pajak yang berlaku atau harus diterapkan atas dasar pengenaan pajak tertentu". Dalam hal pajak penghasilan dasar pengenaan pajak yang dipergunakan lazimnya adalah penghasilan netto. Tarif pajak efektif dinilai menjadi indikator adanya perencanaan pajak apabila memiliki nominal yang mendekati nol. Semakin rendah nilai tarif pajak efektif yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi tingkat perencanaan pajak. Tarif pajak efektif yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak.

Hasil penelitian Herawati & Ekawati (2016), menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana semakin kecil beban yang dikeluarkan perusahaan maka semakin besar laba yang diperoleh perusahaan, dimana besarnya laba yang didapatkan perusahaan akan meningkatkan harga saham perusahaan yang akan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Yuliem (2018), menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam hal ini *Price Earning Pershare* yaitu profitabilitas yang diukur dari Net Profit Margin. Menurut Darmadji & Fakhruddin (2012), semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham.

Menurut Hanafi & Halim (2012:81), *net profit margin* menunjukkan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan, rasio ini digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan yang bersangkutan dalam menghasilkan laba bersih ditinjau dari sudut total penjualannya. Hasil penelitian Simatupang & Lubis (2020), menunjukkan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana semakin meningkat *net profit margin* maka semakin meningkat juga nilai perusahaan sedangkan hasil penelitian Diharja (2017), menunjukkan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sebagai data awal peneliti menyajikan perencanaan pajak, *net profit margin* dan *Price Earning Pershare* dari beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

**Tabel 1. Tax Planning, Net Profit Margin Dan Nilai Price Earning Ratio**

NO	KODE	TAHUN	Tax Planning	Net Profit Margin	Price Earning Ratio
	PERUSAHAAN		(ETR)	(NPM)	(PER)
1	MLBI	2016	0,27	30,10	27,35
		2017	0,31	39,00	21,80
		2018	0,28	32,50	31,64
		2019	0,28	31,98	7,16
		2020	0,28	14,39	71,56
2	ICBP	2016	0,27	10,54	26,48
		2017	0,26	9,95	27,34
		2018	0,27	12,06	26,23
		2019	0,26	12,67	27,04
		2020	0,27	15,91	15,05
3	ROTI	2016	0,25	11,09	19,88
		2017	0,27	5,43	60,77
		2018	0,32	3,54	54,13
		2019	0,32	7,09	55,03
		2020	0,05	5,25	49,90
4	STTP	2016	0,20	6,62	30,28
		2017	0,25	7,65	25,70
		2018	0,21	9,77	18,45
		2019	0,21	1,14	19,37
		2020	0,19	16,34	19,80
5	ULTJ	2016	0,19	15,15	18,12
		2017	0,24	14,58	17,51
		2018	0,31	15,38	18,81
		2019	0,26	16,60	16,58
		2020	0,25	18,60	16,66
6	SKBM	2016	0,22	1,50	18,15
		2017	0,27	1,41	237,99
		2018	0,19	2,12	73,07
		2019	0,24	0,05	47,10
		2020	0,81	0,17	103,26
7	INDF	2016	0,12	7,90	16,11
		2017	0,34	7,33	16,06
		2018	0,33	6,54	17,40
		2019	0,33	7,71	18,10

		2020	0,33	10,71	6,87
8	ADES	2016	0,09	6,30	13,91
		2017	0,25	4,70	16,90
		2018	0,24	5,96	11,45
		2019	0,24	10,97	10,27
		2020	0,19	20,17	6,34

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan makanan dan minuman menunjukkan sudah melakukan perencanaan pajak dengan baik yang diukur dengan *Efektive Tax Rate* (ETR) akan tetapi tidak diikuti dengan peningkatan *Price Earning Ratio* (PER), seharusnya jika nilai *Efektive Tax Rate* (ETR) mengalami peningkatan maka *Price Earning Ratio* (PER) juga akan mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dimana nilai perencanaan pajak mengalami peningkatan di tahun 2020 sebesar 0,27 dibandingkan tahun 2019 sebesar 0,26, hal ini membuktikan bahwa perusahaan tersebut sudah baik dalam melakukan perencanaan pajak sehingga akan berdampak terhadap penurunan beban pajak yang akan dibayarkan, akan tetapi nilai perusahaan justru mengalami penurunan di tahun 2020 sebesar 15,05. Hal ini tidak sesuai dengan teori, seharusnya jika nilai Efektive Tax Rate (ETR) mengalami peningkatan maka *Price Earning Ratio* (PER) juga akan mengalami peningkatan. Menurut Dewanta & Achmad (2017) perencanaan pajak (*Tax Planning*) dapat meningkatkan laba sehingga nilai perusahaan dapat meningkat, perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan dapat meminimalisir beban yang dibayarkan sehingga meningkatkan laba perusahaan, laba perusahaan yang meningkat diharapkan menjadi sinyal positif bagi investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan makanan dan minuman menunjukkan adanya peningkatan nilai *Net Profit Margin* (NPM) akan tetapi nilai *Price Earning Ratio* (PER) justru mengalami penurunan. Hal ini tidak sesuai dengan teori, seharusnya jika NPM mengalami peningkatan maka nilai PER juga akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya jika nilai *net profit margin* (NPM) mengalami penurunan maka nilai PER juga akan mengalami penurunan. Menurut Safitri (2013), semakin tinggi *net profit margin* (NPM) suatu perusahaan maka dapat memberikan sinyal baik kepada investor dan memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya.

Terdapat beberapa fenomena pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimana perencanaan pajak (*Tax Planning*) yang diukur dengan *Efektive Tax Rate* (ETR) mengalami peningkatan akan tetapi nilai *Price Earning Ratio* (PER) yang didapatkan justru mengalami penurunan serta NPM perusahaan makanan dan minuman mengalami peningkatan akan tetapi nilai PER justru mengalami penurunan. Pada tahun 2016-2020 beberapa perusahaan makanan dan minuman menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan NPM yang meningkat tidak menjamin mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi begitupula sebaliknya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Herawati & Ekawati (2016) dan Yuliem (2018), pada objek penelitian, periode penelitian serta pengukuran penelitian. Pada penelitian Herawati & Ekawati (2016) menggunakan perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk periode penelitian 2006 sampai 2015, alat ukur yang digunakan untuk mengukur perencanaan pajak ialah *long run cash efective tax, book tax difference* dan aktivitas *tax sheltering rate* sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan *price earning ratio*. Pada penelitian Yuliem (2018), menggunakan perusahaan sektor non keuangan periode 2013 – 2015, alat ukur yang digunakan untuk mengukur perencanaan pajak *efective tax rate* sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan *tobins'q*

## Kajian Teori

### Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2010:487), nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Menurut Halim (2018), nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan *go public* selain menunjukkan nilai seluruh aktiva, juga tercermin dari nilai pasar atau harga sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan.

Sedangkan menurut Ikhsan et al., (2015), bahwa nilai dari perusahaan yang di publikasikan dapat memberikan informasi seberapa besar masyarakat (investor) atau para pemegang saham menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang tinggi disbanding nilai buku saham. Nilai perusahaan merupakan indikator penilaian pasar bagi perusahaan secara keseluruhan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.

Dari beberapa pendapat diatas dapat maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nama baik perusahaan yang dapat mempengaruhi minat para calon investor untuk berinvestasi diperusahaan atau dengan kata lain nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai kondisi perusahaan yang akan dapat mempengaruhi harga/nilai saham di bursa saham

### **Perencanaan Pajak**

Perencanaan pajak (*Tax Planning*) adalah bentuk tindakan yang dilakukan perusahaan untuk dapat menekan beban pajak penghasilan yang harus dibayarkan perusahaan ke kas negara, satu sisi pajak merupakan pendapatan bagi negara namu satu sisi bagi perusahaan pajak adalah bentuk pengeluaran yang harus dibayarkan sehingga akan dapat mempengaruhi penerimaan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat melakukan perencanaan pajak untuk dapat menekan beban pajak yang akan dikeluarkan, Nainggolan (2022)

Menurut Faisal (2013), perencanaan pajak tidak jauh berbeda dengan upaya menekan pengeluaran, misalnya pembayaran listrik. Penghematan listrik tentunya dapat dilakukan dengan cara-cara legal seperti disiplin mematikan peralatan listrik yang tidak terpakai. Demikian pula halnya dengan beban pajak, wajib pajak dapat melakukan penghematan dengan cara legal sehingga pemborosan pembayaran pajak dapat dihindari. Perencanaan pajak merupakan usaha yang dilakukan oleh manajemen perusahaan agar beban pajak yang harus dibayarkan tidak terlalu tinggi. Beban pajak yang dipikul oleh subjek pajak badan, memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu strategi perpajakan menjadi mutlak diperlukan untuk mencapai perusahaan yang optimal.

Menurut Suandy (2016), perencanaan pajak adalah proses mengorganisasikan usaha wajib pajak atau kelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang pajaknya, baik pajak penghasilan maupun pajak –pajak lainnya, berada dalam posisi yang paling nominal, sepanjang hal ini dimungkinkan baik oleh ketentuan peraturan perundang –undangan perpajakan maupun secara komersial. Menurut Ritonga (2017) “Perencanaan pajak (*Tax Planning*) adalah suatu cara yang bisa dimanfaatkan oleh wajib pajak dalam melakukan manajemen perpajakan usaha atau penghasilannya, perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan pajak tanpa melakukan pelanggaran konstitusi atau undang –undang perpajakan yang berlaku” Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak adalah tindakan yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan dengan memanfaatkan pengecualian yang telah disebutkan dalam undang – undang.

### **Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2013) profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu. Laba sering kali menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan. Dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerjanya baik dan sebaliknya. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Hery (2018), profitabilitas merupakan suatu indikator untuk menunjukkan keberhasilan operasional perusahaan dengan mendapatkan laba yang tinggi di masa yang akan datang”. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan

menghasilkan laba perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan laba bersih yang akan menyebabkan harga saham yang berarti juga adanya kenaikan dalam nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Menurut Harahap (2011), profitabilitas adalah menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya dalam periode waktu tertentu.

Menurut Hanafi & Halim (2017), "Mendefinisikan rasio profitabilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode tertentu melalui sumber daya dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan". Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu perencanaan pajak dan *net profit margin* terhadap variabel dependen yaitu price earning ratio. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan sampel sebanyak 12 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS versi 26

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Normalitas

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk melakukan uji normalitas, yaitu dengan menggunakan tabel *One Kolmogorov-Smirnov Test* dan Grafik Normal Probability Plot (P-Plot). Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	30,84580276
Most Extreme Differences	Absolute	,224
	Positive	,224
	Negative	-,147
Test Statistic		,224
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

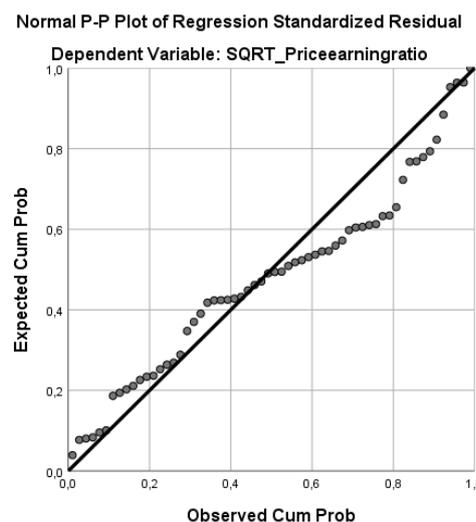
Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai sig menunjukkan hasil lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat dikatakan model regresi dalam penelitian ini berdistribusi tidak normal. Untuk itu perlu dilakukan transformasi data, pada penelitian ini menggunakan bentuk transformasi  $\sqrt{X}$ . Menurut Ghazali (2016), transformasi data yaitu salah satu cara menormalkan data dengan merubah skala pengukuran data asli menjadi bentuk lain yang masih memiliki nilai sama sehingga data dapat memenuhi kriteria uji asumsi klasik.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96166488
Most Extreme Differences	Absolute	.164
	Positive	.164
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		1.267
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (-2tailed) lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,081 yang berarti bahwa data telah berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah lolos uji normalitas. Kemudian dapat diukur dengan grafik normal probability spot seperti gambar dibawah ini :



**Gambar 1 Normal P-Plot**

Gambar diatas menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data didalam model regresi ini cenderung normal.

**Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai Tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2016). Jika nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10,00 maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas**

Coefficients <sup>a</sup>	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Model		

1	SQRT_Perencanaanpajak	1,000	1,000
	SQRT_Netprofitmargin	1,000	1,000

a. Dependent Variable: SQRT\_Pricearningratio

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa biaya produksi dengan nilai Tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000. Biaya operasional nilai Tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variabel tidak terjadi multikolinearitas karena masing-masing variabel memiliki nilai Tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10,00$ .

### Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang terbaik adalah regresi yang bebas autokorelasi. Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan besar Durbin – Waston. Santoso (2014: 241).

Kriteria Uji :

- Angka D-W dibawah  $-2$  berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W diantara  $-2$  sampai  $+2$ , berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas  $+2$  berarti ada autokorelasi positif.

**Tabel 5. Auto Korelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,392 <sup>a</sup>	,153	,124	1,99607	1,292

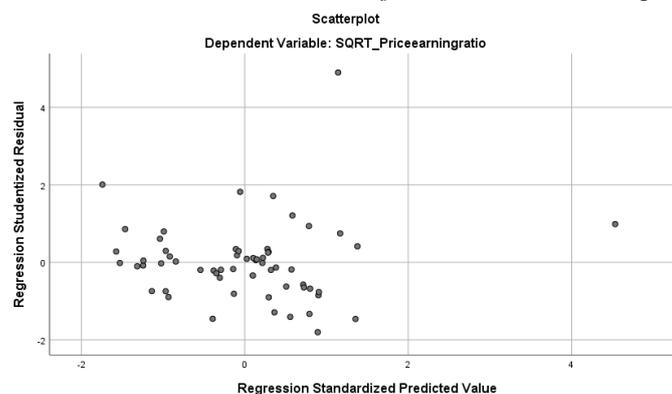
a. Predictors: (Constant), SQRT\_Netprofitmargin, SQRT\_Perencanaanpajak

b. Dependent Variable: SQRT\_Pricearningratio

Dari hasil output SPSS diketahui bahwa nilai Durbin-Watson = 1,292. Menurut Santoso (2014:241), jika nilai DW diantara  $-2$  sampai  $+2$  berarti tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan hasil yang ada maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi karena nilai DW menunjukkan berada diantara  $-2$  sampai  $+2$  yaitu sebesar 1,292.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskesdatisitas atau tidak terjadi heteroskesdatisitas. Pengujian ini dapat dilihat melalui grafik scatterplot, Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada gambar dibawah ini :



**Gambar 2 Scatterplot**

Dari grafik scatterplot di atas, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Pada bagian ini akan diestimasi peran *return on asset* dan *net profit margin* menggunakan model regresi linier berganda. Berdasarkan data yang telah diolah dengan software SPSS, maka didapatkan suatu model regresi linier berganda sebagai berikut :

**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,920	1,629		1,792	,078
SQRT_Perencanaanpajak	6,615	3,055	,264	2,165	,035
SQRT_Netprofitmargin	-,409	,175	-,285	-2,336	,023

a. Dependent Variable: SQRT\_Priceearningratio

Berdasarkan tabel 4.6 maka dapat dilihat persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,920 + 6,615.X1 - 0,409.X2 + e$$

Dari persamaan ini dapat di intrepretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positive yaitu 2,920. Artinya jika perencanaan pajak dan profitabilitas yang diukur menggunakan *net profit margin* nilainya adalah 0, maka nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price earning ratio* nilainya adalah 2,920.
2. Koefisien regresi perencanaan pajak sebesar 6,615. Artinya jika variabel independen perencanaan pajak mengalami kenaikan dan profitabilitas tidak mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 6,615.
3. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,409 . Artinya jika variabel independen profitabilitas mengalami kenaikan dan perencanaan pajak tidak mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,409.

**Uji Statistik t**

Uji statistik *t* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05.

**Tabel 7. Hasil Uji Statistik t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,920	1,629		1,792	,078
SQRT_Perencanaanpajak	6,615	3,055	,264	2,165	,035
SQRT_Netprofitmargin	-,409	,175	-,285	-2,336	,023

a. Dependent Variable: SQRT\_Priceearningratio

1. Variabel perencanaan pajak memiliki tanda positive dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,165 Sedangkan  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikansi 5% adalah 2,002 maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikan variabel perencanaan pajak sebesar 0,035. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka perencanaan pajak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, yaitu perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil uji *t* perencanaan pajak menunjukkan angka positif,

hal ini membuktikan jika perencanaan pajak perusahaan makanan dan minuman mengalami peningkatan maka nilai perusahaan yang didapatkan perusahaan akan mengalami peningkatan.

2. Variabel profitabilitas memiliki tanda negative dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,336 Sedangkan  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikansi 5% adalah 2,002, maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikan variabel profitabilitas sebesar 0,023. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima, yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Untuk mengujinya juga bisa membandingkannya dengan syarat lebih besar dari

**Tabel 8. Hasil Uji Statistik F**

		ANOVA <sup>a</sup>				
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,162	2	20,581	5,166	,009 <sup>b</sup>
	Residual	227,104	57	3,984		
	Total	268,266	59			

a. Dependent Variable: SQRT\_Priceearningratio

b. Predictors: (Constant), SQRT\_Netprofitmargin, SQRT\_Perencanaanpajak

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat dilihat dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan jumlah  $k = 2$ , dan  $df(n-1) = 60$  ( $n-k-1$ ) atau  $60-2-1 = 57$ . Sehingga diperoleh F tabel sebesar sebesar 3,160. Dari hasil pengujian yang diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 5,166 dengan nilai sig sebesar 0,009, maka artinya  $F_{tabel} < F_{hitung}$  dan nilai sig  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak dan profitabilitas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square*.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

		Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,392 <sup>a</sup>	,153	,124	1,99607	1,292

a. Predictors: (Constant), SQRT\_Netprofitmargin, SQRT\_Perencanaanpajak

b. Dependent Variable: SQRT\_Priceearningratio

Berdasarkan hasil tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,153. Artinya bahwa hubungan antara variabel independen yaitu perencanaan pajak dan profitabilitas dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 15,3 %.

Kemudian nilai koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,124. Artinya bahwa 12,4% perubahan dalam nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam perencanaan pajak dan profitabilitas sedangkan sisa 87,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## Pembahasan

### Dampak Perencanaan Pajak Terhadap Price Earning Ratio

Salah satu dari tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan tiap periode. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, pihak manajemen perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan laba yang besar. Dikarenakan baik dan buruknya kinerja manajemen dapat diukur melalui laba yang dihasilkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama, bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak dimana pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan, dengan maksud dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak.

Dengan demikian, H1 diterima. Artinya semakin tinggi perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkat nilai perusahaan. Menurut Yuliem (2018), semakin tinggi perencanaan pajak akan semakin meningkatkan nilai perusahaan, dengan melalui aktivitas perencanaan pajak yaitu melakukan tindakan terstruktur agar beban pajak serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memperoleh peningkatan laba setelah pajak yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Herawati & Ekawati (2016), dan Masaid & Pesudo (2019), yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Dampak Net Profit Margin Terhadap Price Earning Ratio

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua, bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa return on asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Net profit margin* adalah sebuah kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau keuntungan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan menghasilkan laba perusahaan. Keuntungan atau profit tinggi akan memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga akan memicu para pemegang saham untuk lebih meningkatkan permintaan saham. Indikator pengukuran nilai perusahaan dapat dilihat dengan besarnya laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Besarnya laba perusahaan merupakan salah satu hal penting yang dipertimbangkan oleh calon investor sebelum menanamkan modal. Karena laba yang dihasilkan dapat memprediksi kinerja perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak di masa mendatang.

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan mampu meningkatkan kinerja keuangannya. Jika kinerja keuangan pada suatu perusahaan yang digambarkan *net profit margin* yang tinggi maka nilai perusahaan juga semakin meningkat, dikarenakan nilai perusahaan ditentukan oleh earnings power dari assets perusahaan. Menurut Kasmir (2015, Hal, 196), "*Net profit margin* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar". Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuanita (2016) dan Purwohandoko (2017), yang menunjukkan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### Dampak Perencanaan Pajak Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian sesuai dengan hipotesis ketiga, bahwa perencanaan pajak dan *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara simultan. Hal tersebut dapat dilihat dari uji F yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,006. Kemudian  $F_{hitung} < F_{tabel}$  ( $5,166 > 3,160$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmatul, Ruwanti, & Manik (2017), menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan profitabilitas yang diukur menggunakan *net profit margin* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square dalam regresi ini adalah 0,124. Artinya perencanaan pajak dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 12,6%. Sedangkan sisanya 87,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

Berisikan pembahasan hasil penelitian yang dijabarkan untuk menjawab hipotesis penelitian dengan menyajikan hasil penelitian yang dikaitkan dengan temuan penelitian di lapangan, pendapat para ahli, teori yang berkaitan hingga penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perencanaan pajak berpengaruh terhadap Price Earning Ratio pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020.
2. *Net profit margin* berpengaruh terhadap Price Earning Ratio pada makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020.
3. Hasil pengujian secara simultan memperlihatkan bahwa semua variabel independen yaitu Tax Planning dan Net Profit Margin secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Price Earning Ratio

## Referensi

- Anwar, C. (2017). *Pengantar Perpajakan* (2nd Ed.). Mitra Wacana Media.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Rajagrafindo Persada.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. (S. Empat (Ed.); 11th Ed.).
- Darmadji, T., & Fakhrudin, H. M. (2012). *Pasar Modal Di Indonesia*. Salemba Empat.
- Dewanta, P., & Achmad, T. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi*, 06(01).
- Faisal, G. S. M. (2017). *How To Be A Smarter Taxpayer*. Bandung: Alex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss* (B. P. U. Diponegoro (Ed.)).
- Halim, A. (2018). *Analisis Investasi Dan Aplikasinya*. Salemba Empat.
- Hanafi, M., & Halim, A. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Umsu Press.
- Harahap, S. S. (2011). *Teori Akuntansi* (Keempat). Pt. Raja Grafindo Persada.
- Herawati, H., & Ekawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 873. <https://doi.org/10.17509/Jrak.V4i1.7708>
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Grasindo Monoratam.
- Ikhsan, A., Lesmana, S., & Hayat, A. (2015). *Teori Akuntansi*. Ciptapustaka Media. <https://Repositori.Ulm.Ac.Id/Handle/123456789/8523>
- Imam Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Januri. (2009). *Analisis Penerapan Tax Planning Atas Pph Badan Pada Pt Perkebunan Nusantara Iii*.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Umsu Press.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Catatan Ke-6*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (Pertama). Pt. Rajagrafindo Persada.
- Munawir. (2007). *Analisis Laporan Keuangan* (Keempat). Liberty.
- Nainggolan, E. P. (2022). Pajak Bumi Dan Bangunan Dalam Perspektif Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i1.1>
- Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan : Strategi Perencanaan Pajak & Bisnis*.

- Ritonga, P. (2017). Analisis Perencanaan Pajak Melalui Metode Penyusutan Dan Revaluasi Asset Tetap Untk Meminimalkan Beban Pajak Pada Pada Pt. Taspen (Persero) Cabang Utama Medan. *Riset Akuntansi & Bisnis*, 17(1), 1–14.
- Safitri, A. L. (2013). Pengaruh Earnings Per Share, Price Earning Ratio, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio Dan Market Value Added Terhadap Harga Saham Dalam Kelompok Jakarta Islamic Index 2008-2011. *Management Analys*, 2(2).
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi* (4th Ed.). Bpfe Ugm Yogyakarta.
- Suandy, E. (2011). *Perencanaan Pajak. Edisi Kelima. Salemba Empat, Yogyakarta*.
- Sugiyono, P. D. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. In *Alfabeta, Cv*.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio Dan Investasi Teori*. (Pertama). Kanisius.
- Yuliem, M. L. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sektor Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2015. *Calyptra, Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 520–540.