



Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

---

## Pengaruh Agresivitas Pajak Dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Moderasi

**Rakhmawati Oktavianna**

Universitas Pamulang , Departemen Akuntansi email: dosen01146@unpam.ac.id

### Abstrak

Nilai sebuah perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya dari faktor internal dan eksternal. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh agresivitas pajak dan growth opportunity terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai pemoderasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan data sekunder dari perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2014 sampai dengan 2019 . Dengan menggunakan purposive sampling didapatkan sampel sebanyak 10 perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan growth opportunity mempengaruhi nilai perusahaan dengan nilai negatif. Untuk variabel moderasi, menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility tidak dapat memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan namun Corporate Social Responsibility dapat memoderasi growth opportunity terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** agresivitas pajak; growth opportunity; nilai perusahaan; corporate social responsibility; national centre sustainability reporting

### Abstract

The value of a company can be influenced by several factors, including internal and external factors. The purpose of this study was to determine the effect of tax aggressiveness and growth opportunity on firm value with Corporate Social Responsibility as moderating. This type of research is quantitative and uses secondary data from companies listed on the IDX during 2014 to 2019. By using purposive sampling obtained a sample of 10 companies.

The results show that tax aggressiveness does not affect firm value, while growth opportunity affects firm value negatively. For the moderating variable, it shows that Corporate Social Responsibility cannot moderate the effect of tax aggressiveness on firm value but Corporate Social Responsibility can moderate growth opportunity on firm value.

**Keywords:** tax aggressiveness; growth opportunities; the value of the company; corporate social responsibility; national center for sustainability reporting

---

## 1. Pendahuluan

Persaingan antar perusahaan semakin terlihat di era *Industrial Revolution* 4.0 saat ini, tiap perusahaan berupaya keras untuk menggapai tujuannya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Manajemen perusahaan berupaya keras dalam pencapaian tujuan perusahaan sebab, baik ataupun buruknya kinerja perusahaan dapat diukur dari meningkatnya laba yang diperoleh. Semakin meningkat laba perusahaan akan menarik minat para investor dan juga memberikan nilai positif pada kinerja perusahaan yang dianggap semakin baik. Perusahaan sepatutnya memiliki tujuan untuk kesejahteraan pemegang saham (pemilik perusahaan) dengan metode mengoptimalkan nilai perusahaan.

Perusahaan dituntut menggunakan sumber energi yang terbatas namun diharapkan produktivitas maksimal, demi meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Salah satunya dengan mengelola *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh pihak manajemen. Dengan adanya perencanaan pajak berakibat *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan dan berpengaruh terhadap laba perusahaan. Pada kepentingan laba perusahaan, menimbulkan konflik antara fiskus sebagai *principal* dan manajemen perusahaan selaku *agent*. Fiskus mengharapkan adanya penyeteroran pajak yang besar dimana akan meningkatkan penerimaan pajak namun sebaliknya pihak manajemen perusahaan menginginkan pengeluaran pajak minimum namun laba yang signifikan [11]

Konflik ini dapat terjadi karena pajak adalah beban untuk perusahaan yang dapat mengurangi laba perusahaan sehingga perusahaan akan mencari metode agar beban pajak yang ditanggung dapat dikurangi. Sedangkan meminimalisasi beban pajak dengan baik secara legal, dengan tidak melanggar peraturan perundang-undangan perpajakan dikenal dengan perencanaan pajak (*tax planning*) [5]. Pada kegiatan manajerial untuk meminimalkan pajak melalui kegiatan agresivitas pajak menjadi fitur yang umum dari lanskap perusahaan di seluruh dunia. Namun demikian, agresivitas pajak dapat menciptakan biaya serta manfaat yang signifikan. [14].

Agresivitas pajak adalah “*downward management of taxable income through tax planning activities*”, dimana dapat diartikan bahwa perencanaan pajak sangat menguntungkan manajemen perusahaan [13]. Sementara Frank, Lynch, dan Rego dalam Pratiwi [12], menyatakan agresivitas pajak sebagai “*downward manipulation of taxable income through tax planning that may or may not be considered fraudulent tax evasion*”. Dimana dapat diartikan bahwa kegiatan agresivitas dapat dilakukan melalui rekayasa pendapatan kena pajak dimana dapat dilakukan melalui metode yang legal serta illegal.

Brigham dan Houston dalam Dewi dan Dana [8], menerangkan bahwa, perusahaan dengan tingkatan pertumbuhan yang cepat menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi hingga perusahaan lebih cenderung mengurangi pemakaian utang (modal eksternal). Kenaikan nilai perusahaan umumnya ditandai dengan naiknya harga saham dipasar [15]. Teori yang mendasari penelitian – penelitian tersebut merupakan semakin besar kinerja keuangan yang umumnya diprosikan dengan rasio keuangan, hingga semakin besar pula nilai perusahaan. Telah banyak perusahaan yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* suatu kegiatan penting dimana perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders* bukan hanya sekedar bagaimana memperoleh keuntungan atau profit yang besar [2]. Kegiatan CSR seharusnya dilakukan oleh perusahaan sesuai konsep *good governance* yang mengedepankan akuntabilitas dan transparansi. Dan CSR sendiri bermanfaat untuk meningkatkan citra positif dan memperkuat brand perusahaan di mata publik begitu juga agar mendapatkan legitimasi sosial dari investor, artinya bisa menjadi kekuatan bagi perusahaan dan salah satu penentu keberlanjutan hidup perusahaan.

## 2. Literatur Review

### 2.1 Hubungan Agresivitas Pajak dan Nilai Perusahaan

Pajak perusahaan bisa berhubungan dengan kepentingan publik bila pembayaran pajak tersebut dapat mempengaruhi masyarakat luas dan sebagai lawan dari anggaran operasional perusahaan [3]. Tidak hanya itu untuk pihak manajemen penerapan agresivitas pajak diharapkan dapat memberi sinyal positif kepada pihak investor dan dapat membuat kenaikan nilai perusahaan. Jika harga saham pada perusahaan mengalami kenaikan dari waktu ke waktu, bisa sebagai tolak ukur nilai perusahaan yang sudah baik.

Pada penelitian Dewi [6] dimana agresivitas pajak berpengaruh positif pada nilai perusahaan, menunjukkan bahwa bagi pihak investor kenaikan nilai perusahaan dipengaruhi oleh signal positif dari penerapan agresivitas pajak di perusahaan.

Berdasarkan uraian ringkas teori dan hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang dibangun adalah:

H<sub>1</sub>: Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### 2.2 Hubungan *Growth Opportunity* dan Nilai Perusahaan

*Growth Opportunity* merupakan kesempatan pertumbuhan sesuatu perusahaan dimasa depan [4]. Perusahaan yang memiliki prediksi akan mengalami pertumbuhan besar di masa mendatang bakal lebih memutuskan memanfaatkan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya perusahaan yang mempunyai pertumbuhan rendah akan lebih banyak memakai hutang jangka panjang. Penelitian yang dilakukan Apriyanti dan Bachtiar [1] tentang pengaruh *corporate governance*, *Growth Opportunity*, dan *net profit margin* (NPM) terhadap nilai perusahaan, membuktikan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian Listihayana dan Astuti [10] tentang Analisis Pengaruh Struktur Modal, *Growth Opportunity*, dan Risiko Sistematis terhadap Nilai Perusahaan membuktikan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian ringkas teori dan hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang dibangun adalah:

H<sub>2</sub>: *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### 2.3 *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi hubungan Agresivitas Pajak dan Nilai Perusahaan

Winarsih [17] menerangkan bahwa dengan terdapatnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan memiliki kewajiban ganda dalam mengalokasikan dana untuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* serta membayar pajak. Perusahaan yang telah melakukan agresivitas pajak dengan baik telah sepatutnya melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial, aktivitas *corporate social responsibility* diselenggarakan perusahaan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat diluar aktivitas utama perusahaan, tidak hanya itu aktivitas tersebut sama – sama bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan untuk pemegang saham namun senantiasa memerhatikan pemangku kepentingan lainnya, [9]

Berdasarkan uraian ringkas teori dan hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang dibangun adalah:

H<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh Agresivitas Pajak dan nilai perusahaan

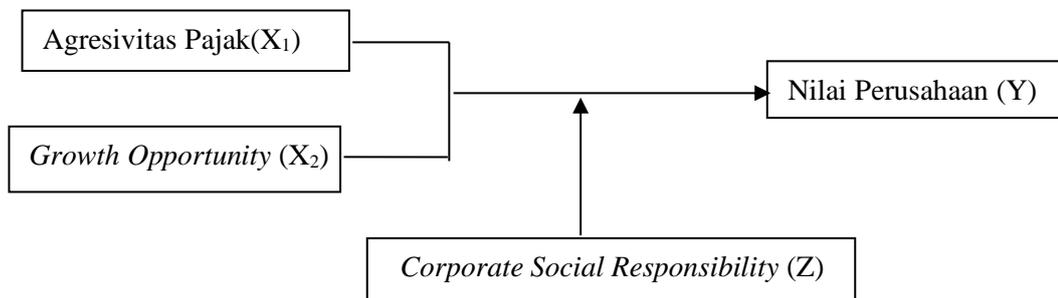
## 2.4 *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi hubungan *Growth Opportunity* dan Nilai Perusahaan

*Growth Opportunity* merupakan peluang perkembangan suatu perusahaan dimasa depan [4]. Perusahaan akan lebih memilih menggunakan saham dalam mendanai operasional perusahaannya karena perusahaan telah memiliki prediksi dalam menghadapi perkembangan dimasa datang. Pada penelitian Listihayana dan Astuti [10] tentang Analisis Pengaruh Struktur Modal, *Growth Opportunity*, dan Risiko Sistematis terhadap Nilai Perusahaan membuktikan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian ringkas teori dan hasil penelitian terdahulu, hipotesis yang dibangun adalah:

H<sub>4</sub>: *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh *Growth Opportunity* dan nilai perusahaan

## 2.5 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai dengan 2019. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan lolos *outlier data*, didapatkan sampel sebanyak 10 perusahaan.

### 3.2 Pengukuran Variabel

#### a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menggunakan PBV (*price book value*), digunakan harga saham per lembar dibagi dengan nilai bukunya. [16]

$$PBV = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

#### b. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak dalam penelitian ini menggunakan *Effective Tax Rates (ETR)*, dimana cara menghitungnya adalah :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

c. *Growth Opportunity*

Perubahan total aktiva dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan, dimana mengukur selisih total aktiva pada saat ini dikurangi total aktiva pada periode sebelumnya [7].

$$\text{Growth} = \frac{\text{Total Asset (t)} - \text{Total Asset (t - 1)}}{\text{Total Asset (t - 1)}}$$

d. *Corporate Social Responsibility*

CSRI menggunakan pendekatan dikotomi dimana tiap item CSRI jika diungkapkan diberikan nilai 1 dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Indikator untuk GRI yang digunakan adalah :

**Tabel 1. Indikator Indeks GRI**

Indikator	Jumlah Item
Ekonomi	9
Lingkungan	34
Sosial	16
Hak Asasi Manusia	12
Masyarakat	11
Tanggung Jawab Sosial	9
<b>Total Item</b>	<b>91</b>

Untuk perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

*CSRI* = *Corporate Social Responsibility* Perusahaan index perusahaan

$\sum x$  = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

$N$  = Jumlah item untuk perusahaan

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan eviws 10 . Statistik deskriptif berguna untuk memberikan informasi karakteristik variabel-variabel terdiri dari nilai minimum, maksimum , rata-rata (mean), standar deviasi, varian, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi) .

**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

	Y	X1	X2	Z1	Z2
Mean	1.908187	0.230023	0.103598	0.081168	0.034916
Median	1.842569	0.218128	0.093869	0.064497	0.029273
Maximum	3.888889	0.631346	0.560076	0.450961	0.166176
Minimum	0.450000	0.042774	-0.043171	0.014596	-0.018976
Std. Dev.	0.843319	0.081050	0.094620	0.067971	0.035159
Skewness	0.479820	1.802042	1.879147	3.362506	1.542788
Kurtosis	2.686377	11.97478	10.25957	17.01900	5.841446
Jarque-Bera Probability	2.548171 0.279687	233.8403 0.000000	167.0653 0.000000	604.3954 0.000000	43.98648 0.000000
Sum	114.4912	13.80137	6.215894	4.870054	2.094976
Sum Sq. Dev.	41.96007	0.387577	0.528227	0.272580	0.072934
Observations	60	60	60	60	60

#### 4.1 Uji Regresi Model Data Panel

Pada Regresi data panel dilakukan pemilihan model yang tepat diantara *common effect* model, *fix effect* model dan *random effect* model.

##### 1. Uji Chow

**Tabel 3. Uji Chow**

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: Untitled  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.390541	(9,46)	0.0000
Cross-section Chi-square	43.206949	9	0.0000

Dari hasil uji Chow model yang sesuai yaitu *fixed effects* karena nilai Cross-section F < 0.05.

##### 2. Uji Hausman

**Tabel 4. Uji Hausman**

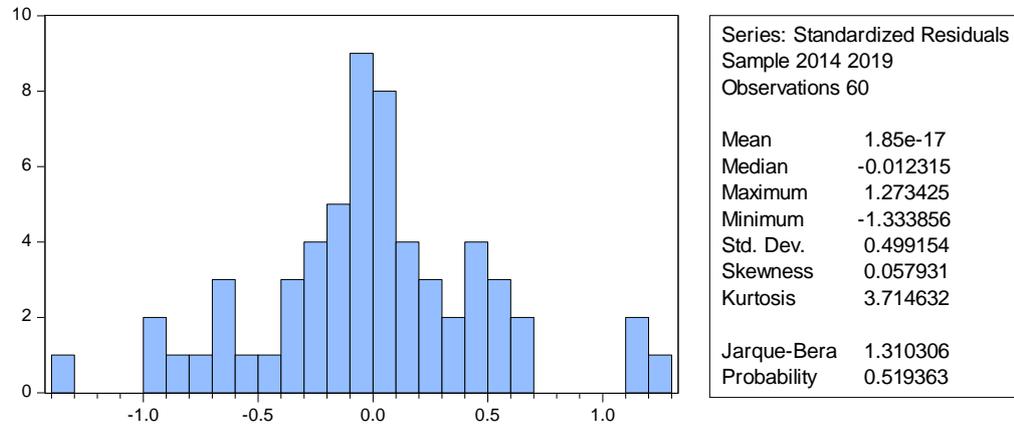
Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	13.9 81179	4	0.0074

Pada uji hausman diperoleh nilai probabilitasnya sebesar  $0,0074 < 5\%$  maka model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Uji LM tidak dilakukan karena estimasi model dengan 2 pengujian sudah konsisten.

### 4.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



**Gambar 2 Uji Normalitas**

Data sudah berdistribusi normal karena nilai *Jarque-bera* sebesar 1,310306 dengan nilai probability 0,519363 > 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 5 Uji Multikolinearitas**

	X1	X2	Z1	Z2
X1	1	0.024	0.775	0.070
X2	0.024	1	-0.028	0.846
Z1	0.775	-0.028	1	0.23
Z2	0.070	0.846	0.238	1

Pada model penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independennya, karena semua nilai korelasi antar variabelnya < 0,90

c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	-0.051213	1.484995	-0.034487	0.9726
X2	-1.745126	1.374342	-1.269790	0.2105
Z1	0.673671	2.188743	0.307789	0.7596
Z2	7.306018	3.813038	1.916062	0.0616
C	0.244038	0.212553	1.148130	0.2569

Uji Glejser menunjukkan nilai probabilitas semua variabel bebas > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## d. Uji Autokorelasi

**Tabel 7. Uji Autokorelasi**

R-squared	0.649664	Mean dependent var	1.908187
Adjusted R-squared	0.550656	S.D. dependent var	0.843319
S.E. of regression	0.565304	Akaike info criterion	1.898056
Sum squared resid	14.70013	Schwarz criterion	2.386736
Log likelihood	-42.94167	Hannan-Quinn criter.	2.089205
F-statistic	6.561727	Durbin-Watson stat	1.511284
Prob(F-statistic)	0.000001		

Data model penelitian ini juga tidak terjadi autokorelasi karena nilai Durbin Watson  $-2 < 1.511284 < +2$

*Moderated regression analysis* (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi.

Persamaan regresi pada model FEM adalah :  $Y = 2.078445 - 1.041886X_1 - 5.855021X_2 + 1.275689Z_1 + 16.39421Z_2 + \varepsilon$

**4.3 Hasil Uji Hipotesis**

Pada penelitian ini, model Regresi Data panel yang terpilih adalah *Model Fix Effect* (FEM).

**Tabel 8. Fixed Effect Model**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.078445	0.363332	5.720510	0.0000
X1	-1.041886	2.538409	-0.410448	0.6834
X2	-5.855021	2.349262	-2.492280	0.0164
Z1	1.275689	3.741377	0.340968	0.7347
Z2	16.39421	6.517902	2.515260	0.0155

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.649664	Mean dependent var	1.908187	
Adjusted R-squared	0.550656	S.D. dependent var	0.843319	
S.E. of regression	0.565304	Akaike info criterion	1.898056	
Sum squared resid	14.70013	Schwarz criterion	2.386736	
Log likelihood	-42.94167	Hannan-Quinn criter.	2.089205	
F-statistic	6.561727	Durbin-Watson stat	1.511284	
Prob(F-statistic)	0.000001			

Nilai adjusted R-squared memberikan arti bahwa agresivitas pajak (X1), dan *growth opportunity* (X2) dan *corporate social responsibility* (Z) mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 55%.

H<sub>1</sub> ditolak artinya agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai prob variabel agresivitas pajak  $0.6834 > 0,05$ . Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi 2017 dimana agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam kegiatan agresivitas pajak dipandang masyarakat sebagai ketidakpatuhan dan meningkatkan risiko perusahaan. Jika perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak yang melanggar aturan dapat berakibat berupa turunnya harga saham dan reputasi perusahaan hingga di berikan sanksi atau denda . Agresivitas pajak sendiri bisa berdampak kerugian bagi pemerintah karena berdampak langsung pada penurunan penerimaan negara dari sektor pajak.

H2 diterima, artinya *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena nilai prob pada variabel *Growth Opportunity*  $0.0164 < 0,05$ . Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Apriyanti 2018 yang menunjukkan *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor Indonesia memandang bahwa peluang pertumbuhan suatu perusahaan merupakan sesuatu perihal positif yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.

H4 ditolak sehingga *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan, karena nilai prob *corporate social responsibility* sebesar  $0.7347 > 0,05$ . Sudut pandang investor terhadap perusahaan yang telah melakukan agresivitas pajak tidak dapat terpengaruhi dengan adanya kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR tinggi dianggap sebagai perusahaan yang tidak akan melakukan pengurangan pembayaran pajaknya dan sebaliknya.

H5 diterima artinya *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan karena nilai prob nya  $0,0155 < 0,05$ , sehingga. Semakin bertumbuh suatu perusahaan maka harus diiringi dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang semakin tinggi.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Variabel agresivitas pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi, tidak mampu memoderasi hubungan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan namun pada hubungan *Growth Opportunity* dengan nilai perusahaan variabel *corporate social responsibility* mampu memoderasi.

Pemangku kepentingan terutama pemerintah sebagai penerima dan pengelola dana pajak bisa meminimalkan pengurangan penerimaan pajak dengan mewajibkan perusahaan menjalankan CSR secara optimal. Kebijakan perpajakan bisa menggunakan CSR dalam membantu meningkatkan penerimaan pajak.

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain juga pengukuran lain sehingga dapat memperbaiki hasil penelitian sebelumnya dan dapat memberikan masukan kepada perusahaan dalam mengelola dan meningkatkan nilai perusahaannya

## Daftar Pustaka

- [1] Apriyanti, Nory dan Bachtiar, Yanuar. "Pengaruh Corporate Governance, Growth Opportunity, Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia)". JMA : Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol. 19 No. 2. 2018
- [2] Ardimas, Wahyu dan Wardoyo, W. "Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI". Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.18 No. 1. 2014, 57-66.
- [3] Beliza, Nike. "Pengaruh Agresivitas Pajak, Tingkat Persistensi Laba, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan". Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2015
- [4] Bintara, Rista. "Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)". Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 11 No. 2. Agustus 2018

- [5] Darmawan, I. G. Hendy., dan Sukartha, I. Made. "Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Roa dan Ukuran Perusahaan pada Penghindaran Pajak". E-Jurnal Akuntansi Vol. 9 no. 1. 2014. 143-161.
- [6] Dewi, Ayu Arysta dan Dewi, Luh Gede K. "Transparasi Informasi Memoderasi Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Nilai Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia". Akuntabilitas, Vol.10 No.2. 2017. 211-230.
- [7] Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Wirajaya, Ary. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 4. No.2. 2013
- [8] Dewi, N. K. Tika Sukma dan Dana, I. Made. "Pengaruh Growth Opportunity, Likuiditas, Non-Debt Tax Shield dan Fixed Asset Ratio Terhadap Struktur Modal". E-Jurnal Manajemen, Vol. 6 No. 2. 2017. 772-801.
- [9] Handayani, Affi Arizka. "Analisis Pengaruh Corporate Perception Governance Index pada Kinerja Operasional dan Nilai Pasar Perusahaan". Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2019
- [10] Listihayana, Yuni dan Astuti. " Analisis Pengaruh Struktur Modal, Growth Opportunity, dan Risiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan". JIMMBA Vol. 2 No.2. 2020
- [11] Prakoso, K. B. "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga dan Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia". SNA 17 Mataram, 2014
- [12] Pratiwi, Dwi Septhea . "Pengaruh Leverage, Manajemen Laba, Capital Intensity dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Agresivitas Pajak". JOM FEB Vol.1 No.1 Januari 2018
- [13] Purwanggono, E. A., dan Rohman, A. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan kepemilikan mayoritas terhadap agresivitas pajak (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2011-2013)". Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 4 No. 2, Okt 2015. 89-101
- [14] Sugiyanto, S., dan Candra, A. "Moderating Good Corporate Governance Effect Sales Growth, Conservatisme Accounting And Liquidity Risk Terhadap Agresivitas Pajak 73 (Studi pada Perusahaan Manufaktur dan Jasa Keuangan Terdaftar BEI)". In Proseding Seminar Nasional Akuntansi Vol. 2 No. 1. 2020
- [15] Wahyuningsih, Diah., & Agus Endro, S. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)". E-print.ums.ac.id. 2015
- [16] Wihardjo, D. Satrio dan Sampurno, R. Djoko. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2011)". Thesis Undip. 2014
- [17] Winarsih, Rina, Prasetyono dan Kusufi, M. S. "Pengaruh Good Corporate Government dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tindakan Pajak Agresif." Simposium Nasional Akuntansi XVII. Mataram. 2014