

AI Report

We predict this text is

Human Generated

AI Probability

11%

This number is the probability that the document is AI generated, not a percentage of AI text in the document.

Plagiarism



The plagiarism scan was not run for this document. Go to gptzero.me to check for plagiarism.

ARTIKEL-DONI+CAHYO+W-TERBIT+JULI+2026.pdf - 6/19/2026

Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi

Volume 6 Nomor 1 Maret 2026

e-ISSN: 2809-7793; p-ISSN: 2827-8119, Hal 00-00

DOI: <https://doi.org/10.55606/jurimea.v5i2>

Tersedia: <https://journal.sinov.id/index.php/sinoveka/index>

The Effect of Tax Avoidance and Tax Aggressiveness on Firm Value with Earning Management as a Moderating Variable

(Case Study on Consumers Goods Industry (Cyclical and Non-Cyclical Consumers) Sectors Listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2022).

Doni Cahyo Wibowo

Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Bogor, Indonesia

Email: donicahyo@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effect of tax avoidance and tax aggressiveness on firm value in the Consumers Cyclical and Non-Cyclical sectors listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2022, with earning management as a moderating variable. Tax avoidance and tax aggressiveness are strategies used by companies to minimize tax burdens, which are expected to increase corporate profits and ultimately enhance firm value. However, there are differing views on the impact of these strategies on firm value, especially when considering the role of earning management.

The study employs the Structural Equation Modeling (SEM-PLS) method, using data obtained from the financial statements of 54 company samples. The results indicate that tax avoidance and tax aggressiveness do not have

a significant effect on firm value. However, earning management weakens the impact of tax aggressiveness on firm value, while it does not moderate the relationship between tax avoidance and firm value.

These findings contribute new insights to the literature on tax strategy and firm value by highlighting the role of earning management in weakening the effect of tax aggressiveness on firm value. Based on these results, companies are advised to exercise caution in implementing aggressive tax strategies and to ensure that earning management is not overly applied, as it may reduce investor confidence and harm the company's value.

Keywords: Tax Avoidance; Tax Aggressiveness; Firm Value; Earning Management.

LATAR BELAKANG

Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana investor memandang kinerja manajemen perusahaan. Berbagai langkah diambil oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan, salah satunya melalui penghematan arus kas keluar dengan pembayaran pajak yang efektif dan efisien (Prastiwi & Walidah, 2020).

Kemudian, apabila fungsi manajemen dapat dijalankan dengan baik, maka kemungkinan besar nilai perusahaan akan maksimal (Sukirni, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan rasa percaya yang tinggi pula terhadap investor (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan (firm value) merupakan persepsi investor terhadap kinerja manajemen perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020). Terdapat beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya

Naskah Masuk: 18 Juni 2026; Revisi: ; Diterima: ; Tersedia: 2026; Terbit: Juli 2026;

ialah tax avoidance (penghindaran pajak), tax aggressiveness (agresivitas pajak), dan earning management (manajemen laba).

Di Indonesia, fenomena terkait tax avoidance terlihat dalam kasus PT. Coca Cola Indonesia (CCI). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan investigasi terhadap kasus tersebut. DJP mengungkapkan bahwa penghasilan kena pajak CCI selama periode tersebut mencapai Rp 603,48 miliar, sementara CCI hanya melaporkan penghasilan sebesar Rp 492,59 miliar. Akibatnya, DJP menemukan kekurangan pembayaran pajak penghasilan, dengan kerugian devisa negara yang ditaksir mencapai Rp 49,24 miliar. Berdasarkan hasil penyelidikan DJP, perusahaan diduga melakukan praktik tax avoidance dengan dugaan praktik transfer pricing, yang menyebabkan setoran pajak berkurang. Salah satu temuan berupa pembengkakan beban biaya. Beban tersebut termasuk biaya iklan dari tahun 2002 hingga 2006 yang mencapai Rp 566,84 miliar, yang menyebabkan turunnya penghasilan kena pajak. Produk PT CCI adalah konsentrat, bukan produk minuman jadi, namun mereka harus mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan dimana biaya iklan tidak sesuai dengan produk yang dihasilkan. Hal ini berdampak pada penurunan harga saham Coca Cola (KO) pada Juni 2014, di mana harga penutupan saham sebesar USD 42,36 turun menjadi USD 39,29 sebulan setelah persidangan (Wardani & Juliani, 2018).

Banyak penelitian telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah profitabilitas. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan menjadi faktor utama dalam peningkatan nilai perusahaan (Amelia, 2023).

Berdasarkan fenomena dan research gap dari hasil penelitian terdahulu, penelitian ini mencoba untuk menguji kembali pengaruh tax avoidance dan tax aggressiveness terhadap firm value, namun dengan memasukkan variabel moderasi earning management untuk melihat apakah dengan adanya earning management akan memperlemah atau justru memperkuat pengaruh praktik tax avoidance dan tax aggressiveness terhadap firm value. Sejumlah penelitian terdahulu menggunakan variabel moderasi yang berbeda, seperti financial performance (Arianti, 2022), transparansi dan kepemilikan perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020), serta

profitabilitas (Sidanti & Cornaylis, 2018). Namun, penelitian ini memilih earning management sebagai variabel moderasi karena manajemen laba memiliki potensi untuk mempengaruhi bagaimana perusahaan menjalankan strategi penghindaran pajak (tax avoidance) dan agresivitas pajak (tax aggressiveness). Dengan

2 | JURIMEA VOLUME 6, NO. 1, MARET 2026

e-ISSN: 2809-7793; p-ISSN: 2827-8119, Hal 00-00

menggunakan earning management, peneliti ingin melihat apakah manipulasi laporan keuangan oleh manajemen dapat memperkuat atau memperlemah dampak praktik penghindaran pajak dan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan (firm value). Hal tersebut menjadikan peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Tax Avoidance dan Tax aggressiveness terhadap firm value dengan earning management Sebagai Pemoderasi Pada Industri Barang Konsumsi (Consumers Cyclical & Non-Cyclical) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022".

2. KAJIAN TEORITIS

Dalam konteks penelitian yang menganalisis pengaruh tax avoidance dan tax aggressiveness terhadap firm value dengan earning management sebagai pemoderasi, Signaling Theory dan Agency Theory berperan penting untuk memahami dinamika hubungan ini. Signaling Theory relevan karena tindakan seperti tax avoidance dan tax aggressiveness dapat dipandang sebagai sinyal yang dikirimkan oleh manajemen kepada pasar.

Signaling Theory Teori signaling menjelaskan alasan mengapa seseorang dapat atau perlu tertarik dalam pengambilan keputusan berdasarkan interpretasi terhadap sinyal yang diterima (Spence, 1973). Menurut Brigham dan Houston (2019), sinyal yang diberikan oleh perusahaan dapat menunjukkan tindakan manajemen, sehingga mempengaruhi pandangan investor terhadap prospek bisnis perusahaan. Informasi yang terbukti dapat dipertanggungjawabkan dan bersifat positif menjadi indikator keberhasilan dalam pelaksanaan bisnis, dengan asumsi bahwa manajemen memiliki pandangan yang lebih akurat tentang prospek masa depan perusahaan dibandingkan pihak lain, yang didukung oleh upaya peningkatan kinerja perusahaan (Anggraeni, 2015). Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan mengurangi asimetri informasi. Ketidakeimbangan informasi dapat diminimalkan melalui pemberian sinyal yang akurat tentang informasi perusahaan (Arifin, 2005). Menurut pandangan Prasiwi (2015), informasi merupakan elemen penting bagi para investor dan pemilik bisnis. Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan harus diungkapkan secara akurat, lengkap, jelas, relevan, andal, dan tepat waktu, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pendanaan.

Agency Theory Teori keagenan (agency theory) menggambarkan hubungan kontraktual antara principal dan agen, di mana agen diberi tugas untuk menyediakan jasa dan diberikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Teori ini menyatakan bahwa pemegang saham memberikan tugas kepada manajemen untuk menjalankan pelayanan jasa, disertai pendelegasian sebagian wewenang dalam pengambilan keputusan, dengan tujuan menciptakan keseimbangan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Dalam konteks ini, terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu principal, yang terdiri dari pemegang saham atau kreditur, dan agent, yang bertindak sebagai manajemen (Godfrey et al., 2010).

Firm Value (Nilai Perusahaan) Menurut Metana dan Meiranto (2023), nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap harga saham yang mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan harga saham yang tinggi akan lebih mudah menarik investor untuk berinvestasi. Harga saham menjadi sumber informasi penting bagi pemegang saham, dan semakin tinggi harga saham yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula kesejahteraan pemegang sahamnya. Perusahaan dengan harga saham tinggi akan memiliki

nilai perusahaan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan (Rajab et al., 2022). (Setiyaningsih, 2018) juga mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap kesuksesan perusahaan, yang umumnya dihubungkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin besar kesejahteraan pemegang saham (Aji, 2017). Investor sering kali menilai nilai perusahaan berdasarkan informasi keuangan, seperti rasio keuangan yang meliputi profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal (Apriliyanti et al., 2019). Dalam signalling theory, sinyal positif seperti ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, kinerja perusahaan, permodalan, dan peningkatan pembayaran dividen, memberikan indikasi kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dari sudut pandang investor, karena peningkatan nilai saham perusahaan dari waktu ke waktu menjadi acuan penilaian baik (Jogiyanto,

● Sentences that are likely AI-generated.

FAQs

What is GPTZero?

GPTZero is the leading AI detector for checking whether a document was written by a large language model such as ChatGPT. GPTZero detects AI on sentence, paragraph, and document level. Our model was trained on a large, diverse corpus of human-written and AI-generated text with support for English, Spanish, French, German, and other languages. To date, GPTZero has served over 17 million users around the world, and works with over 100 organizations in education, hiring, publishing, legal, and more.

When should I use GPTZero?

Our users have seen the use of AI-generated text proliferate into education, certification, hiring and recruitment, social writing platforms, disinformation, and beyond. We've created GPTZero as a tool to highlight the possible use of AI in writing text. In particular, we focus on classifying AI use in prose. Overall, our classifier is intended to be used to flag situations in which a conversation can be started (for example, between educators and students) to drive further inquiry and spread awareness of the risks of using AI in written work.

Does GPTZero only detect ChatGPT outputs?

No, GPTZero works robustly across a range of AI language models, including but not limited to ChatGPT, GPT-5, GPT-4, GPT-3, Gemini, Claude, and AI services based on those models.

What are the limitations of the classifier?

The nature of AI-generated content is changing constantly. As such, these results should not be used to punish students. We recommend educators to use our behind-the-scenes [Writing Reports](#) as part of a holistic assessment of student work. There always exist edge cases with both instances where AI is classified as human, and human is classified as AI. Instead, we recommend educators take approaches that give students the opportunity to demonstrate their understanding in a controlled environment and craft assignments that cannot be solved with AI. Our classifier is not trained to identify AI-generated text after it has been heavily modified after generation (although we estimate this is a minority of the uses for AI-generation at the moment). Currently, our classifier can sometimes flag other machine-generated or highly procedural text as AI-generated, and as such, should be used on more descriptive portions of text.

I'm an educator who has found AI-generated text by my students. What do I do?

Firstly, at GPTZero, we don't believe that any AI detector is perfect. There always exist edge cases with both instances where AI is classified as human, and human is classified as AI. Nonetheless, we recommend that educators can do the following when they get a positive detection: Ask students to demonstrate their understanding in a controlled environment, whether that is through an in-person assessment, or through an editor that can track their edit history (for instance, using our [Writing Reports](#) through Google Docs). Check out our list of [several recommendations](#) on types of assignments that are difficult to solve with AI.

Ask the student if they can produce artifacts of their writing process, whether it is drafts, revision histories, or brainstorming notes. For example, if the editor they used to write the text has an edit history (such as Google Docs), and it was typed out with several edits over a reasonable period of time, it is likely the student work is authentic. You can use GPTZero's Writing Reports to replay the student's writing process, and view signals that indicate the authenticity of the work.

See if there is a history of AI-generated text in the student's work. We recommend looking for a long-term pattern of AI use, as opposed to a single instance, in order to determine whether the student is using AI.