

Pengaruh Agresivitas Pajak, *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Vera Yolanda¹, Listyorini Wahyu Widati²
^{1,2}Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

E-mail: veyol.coco@gmail.com¹⁾
listyorini@edu.unisbank.ac.id²⁾

ARTICLE INFO

Article history:

Received 11 Januari
2024
Received in Revised 20
September 2024
Accepted 30 November
2024

*Keyword's : Tax
Aggressiveness,
Leverage, Profitability
and Company Size on
Company Value*

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Tax Aggressiveness, Leverage, Profitability and Company Size on Company Value. The population of this research comes from food and beverage sector manufacturing companies listed on the IDX in 2020-2022. This research uses quantitative methods using secondary data obtained from financial reports. Which obtained 60 samples using the purposive sampling method from 80 companies. The data analysis method uses IBM SPSS 25 software. The results of this research show that only the profitability variable has an effect on company value.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Agresivitas Pajak, *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Populasi penelitian ini berasal dari perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2020-2022. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang didapatkan dari laporan keuangan. Yang mana memperoleh 60 sampel menggunakan metode purposive sampling dari 80 perusahaan. Metode analisis data menggunakan software IBM SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel profitabilitas yang berpengaruh pada nilai perusahaan.

AKUISISI : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +62882-1594-6268.

E-mail address: veyol.coco@gmail.com

Peer review under responsibility of *Akuisisi : Accounting Journal*. [2477-2984](https://doi.org/10.24217).

<http://dx.doi.org/10.24217>

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja pada setiap perusahaan. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Menurut (Aziz. M & Widati. L, 2023) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Nilai perusahaan akan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan bagi pemegang saham dan terpenuhinya kesejahteraan para pemegang saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen aset (Yanti, 2019).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak diantaranya yaitu agresivitas pajak. Penghematan arus kas keluar melalui pembayaran pajak yang efektif dan efisien dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham (Saputri, 2021.) Agresivitas pajak yaitu tindakan yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak secara legal maupun ilegal. Faktor berikutnya yaitu *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan (Aziz & Widati 2023). Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi. Faktor selanjutnya yaitu profitabilitas merupakan sebuah gambaran bagaimana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari asset ataupun modal yang mereka miliki (Arifianto & Chabachid, 2016). Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Tingginya rasio profitabilitas tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang investor yang ingin berinvestasi pada suatu perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat (Wahyuningrum & Sunarto, 2023). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Agresivitas Pajak, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.

Tinjauan Pustaka

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal menurut (Brigham & Houston, 2011) adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal merupakan sebuah informasi yang sangat penting bagi perusahaan dalam memberikan sinyal atau petunjuk bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan dikembangkan pertama kali oleh (Jensen et al., 1976) yang mana menjelaskan bahwa teori keagenan merupakan konsep yang muncul karena adanya kontrak antara suatu pihak sebagai pemilik dan manajemen sebagai agen untuk melaksanakan wewenang atas nama kepada agent dalam pengambilan keputusan.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah tindakan yang ditujukan untuk meminimalkan beban pajak dengan cara menurunkan laba kena pajak melalui perencanaan pajak secara legal maupun ilegal (Ejima et al., 2013). Tindakan perusahaan untuk meminimalkan pembayarannya, seringkali dengan cara-cara yang legal namun dapat terlihat "ekstrem" oleh pihak berwenang atau masyarakat.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Agresivitas pajak memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan karena untuk memanipulasi atau mengoptimalkan struktur pajak mereka agar membayar lebih sedikit pajak. Teori sinyal menganggap bahwa perusahaan yang mampu mengurangi beban pajaknya secara agresif adalah perusahaan yang cerdas dalam mengelola sumber daya keuangannya. Agresivitas pajak justru dipandang dapat menurunkan nilai perusahaan karena adanya risiko deteksi serta peningkatan biaya akibat agresivitas pajak seperti biaya pengawasan, perencanaan pajak, kehilangan reputasi dan potensi hukum. Menurut (Dewi & Abundanti, 2019), (Saputri, 2021) menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁: Agresivitas pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan salah satu sumber pendanaan perusahaan yang sering digunakan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Teori agensi berhubungan dengan manajer agent yang dipercaya oleh principal untuk mengoperasikan suatu bisnis demi kepentingan bersama (Aziz. M & Widati. L, 2023). *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi

yang semakin besar pula. Penelitian mengenai *leverage* terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh (Suwardika & Mustanda, 2017) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dalam uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan return yang akan didapatkan oleh investor yang menanamkan saham pada perusahaan tersebut (Wahyuningrum & Sunarto, 2023). Berdasarkan *Signaling Theory*, profitabilitas yang tinggi dianggap memberi sebuah sinyal baik bagi investor untuk melakukan investasi. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang mendukung yaitu (Sutama & Lisa, 2019), (Lumoly et al., 2018), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

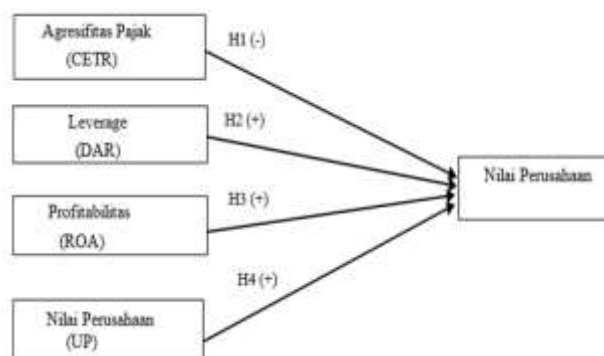
Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, apabila semakin besar ukuran perusahaan maka semakin menarik minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan besar tersebut karena dianggap menguntungkan, hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Teori sinyal menyatakan ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan membuat investor menaruh perhatian yang besar pada suatu perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Menurut (Yanti, 2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat di kembangkan hipotesis sebagai berikut :

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian, landasan teori, hasil penelitian sebelumnya, dan perumusan hipotesis, maka dapat disajikan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan gambaran dari populasi penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Pengukuran kuantitatif dalam penelitian ini melalui perhitungan ilmiah yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis kebenaran dan keakuratan data.

Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, sampel diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan data nonprobabilita yang disesuaikan dengan beberapa kriteria tertentu (Yanti, 2019). Dimana populasi pada perusahaan ini sebanyak 83 perusahaan lalu setelah dilakukan metode *purposive sampling* mendapatkan total sebanyak 60 perusahaan.

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel	Pengukuran	Skala	Sumber
Variabel Dependent				
1	Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{marketprice per share}}{\text{book value per share}}$	Rasio	(Saputri, 2021)
Variabel Independent				
2	Agresifitas pajak	$CETR = \frac{\text{Total Kas Pajak yang Dibayarkan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio	(Dewi & Abundanti, 2019)
3	Leverage	$(DAR) = \frac{\text{Total Liabilitas(Kewajiban)}}{\text{Total Aset}}$	Rasio	(Susanti, 2018).
4	Profitabilitas	$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}}$	Rasio	(Saputri, 2021)
5	Ukuran perusahaan	$\text{Ukuran perusahaan (Size)} = LN(\text{Totalasset})$	Rasio	(Astuti & Yadnya, 2019)

Metode Analisis Data

Uji Statistik Deskriptif

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian terhadap Nilai perusahaan digunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada angka- angka dalam penelitiannya. Tujuan uji ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian kali ini menggunakan Nilai rasio skewness dan kurtosis. Nilai rasio skewness dan kurtosis harus berada dalam rentang nilai -1,96 hingga 1,96. Dengan menggunakan rumus :

$$Z_{skew} = \frac{s-0}{\sqrt{6}/N} \quad \text{dan} \quad Z_{kurt} = \frac{k-0}{24/N}$$

Analisis Regresi Berganda

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian terhadap Nilai perusahaan digunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada angka- angka dalam penelitiannya. Model analisis regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \alpha + \beta_1LCETR + \beta_2DAR + \beta_3ROA + \beta_4UP + e$$

Uji F

Uji F merupakan cara menguji hipotesis yang dinyatakan ada maupun tidaknya pengaruh secara bersamaan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Tingkat signifikansinya yaitu $< 0,05$ dinyatakan signifikan, begitu pula sebaliknya.

Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel independen. Nilai koefisien terletak diantara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Uji t

Pengambilan keputusan menggunakan α sebesar 5% atau 0.05. Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka dinyatakan signifikan, namun jika $> 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dilakukan statistik deskriptif pada penelitian ini dalam tabel sehingga dapat diinterpretasikan. Hasil dari statistik deskriptif disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
PBV	103	.07	4.59	1.7540	1.14406	
CETR	103	.00	1.44	.2354	.18093	
DAR	103	.00	.71	.4026	.18430	
ROA	103	.00	.59	.0874	.09195	
SIZE	103	25.91	32.8	29.2819	1.54495	
Valid N (listwise)	103					

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Dari tabel 2 di atas menggambarkan statistik deskriptif dan frekuensi pada analisis regresi menggunakan sampai 103 data penelitian perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman periode 2020-2022.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	103	.458	.238	-.379	.472
Valid N (listwise)	103				

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

$$Z_{skew} = \frac{0,458}{\sqrt{6/103}} = 1,89 \quad Z_{kurt} = \frac{-0,379}{\sqrt{24/103}} = -0,78$$

Pada tabel 3. dalam perhitungan normalitan *Skewness* dan *Kurtosis*, didapatkan nilai normal dengan *skewness* 1,89 dan *kurtosis* -0,78,yaitu lebih kecil dari nilai -1,96 hingga 1,96.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikoleniaritas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.230	2.070		3.977	.000		
	CETR	.733	.630	.116	1.164	.247	.876	1.142
	DAR	.219	.627	.035	.349	.728	.853	1.173
	ROA	2.586	1.273	.208	2.032	.045	.830	1.205
	SIZE	-.238	.071	-.321	-3.332	.001	.935	1.069

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Pada tabel 3. uji multikolinearitas menunjukkan bahwa VIF tiap variabel < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel dependent.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.664	1.109		1.500	.137
	CETR	-.141	.338	-.044	-.418	.677
	DAR	-.113	.336	-.036	-.337	.737
	ROA	1.276	.682	.200	1.870	.064
	SIZE	-.028	.038	-.074	-.734	.465

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Pada tabel 5. uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji *glesjer* diperoleh seluruh variabel independent memiliki signifikansi > 0,05 yang menandakan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.386 ^a	.149	.114	1.07694	2.133

a. Predictors: (Constant), SIZE, CETR, DAR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Dalam tabel 6. uji autokorelasi menggunakan metode *Durbin-Watson* yang mana menghasilkan Dari hasil analisis Uji Autokorelasi dihasilkan nilai Durbin Watson 2,133 dengan n = 103, K = 4 maka nilai du 1,7603 sehingga nilai dari 4-du adalah 2,2397 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala autokorelasi dimana nilai du < d < 4-du □ 1,7603 < 2,133 < 2,2397. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.230	2.070		3.977	.000
	CETR	.733	.630	.116	1.164	.247
	DAR	.219	.627	.035	.349	.728
	ROA	2.586	1.273	.208	2.032	.045
	SIZE	-.238	.071	-.321	-3.332	.001

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 7. di atas hasil pengolahan data, maka diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$PBV = 8,230 + 0,733LCETR + 0,219DAR + 2,586ROA - 0,238SIZE + e..... (1)$$

Uji Model dan Hipotesis

Uji F

Tabel 8. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.847	4	4.962	4.278	.003 ^b
	Residual	113.659	98	1.160		
	Total	133.506	102			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SIZE, CETR, DAR, ROA

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Pada tabel 8. di atas nilai signifikan F sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Maka model regresi ini dapat dikatakan fit dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.114	1.07694

a. Predictors: (Constant), SIZE, CETR, DAR, ROA

Sumber : Pengolahan data SPSS Statistics 25, diolah tahun 2023

Dari perhitungan tabel 9. di atas diperoleh nilai Adjust R Square sebesar 0,149 atau 14,9%, artinya dapat dikatakan bahwa variabel Independen (Agresivitas Pajak, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan) dalam penelitian ini berpengaruh terhadap Variabel Nilai Perusahaan sebesar 14,9% dan sisanya 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis dengan uji t

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 6. dapat disimpulkan bahwa hasil nilai signifikansi untuk CETR terhadap PBV adalah sebesar $0,247 > 0,05$ yang artinya agresivitas pajak tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan maka hipotesis ditolak. Kedua hasil nilai signifikansi untuk DAR terhadap PBV adalah sebesar $0,728 > 0,05$ yang artinya leverage tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan maka hipotesis ditolak. Ketiga, nilai signifikansi untuk ROA terhadap PBV adalah sebesar $0,045 < 0,05$ yang artinya profitabilis berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan maka hipotesis diterima. Dan hasil nilai signifikansi untuk SIZE terhadap PBV adalah sebesar $0,001 < 0,05$ yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan maka hipotesis ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor tidak melihat kecenderungan terhadap besarnya penghindaran pajak di perusahaan tersebut sehingga tidak terlalu mempertimbangkan seberapa besar penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut teori sinyal, agresivitas pajak ini tetap akan dapat memberikan sinyal untuk dapat mendatangkan para investor baru dalam berinvestasi. Penelitian ini sejalan dengan (Tarihoran, 2016) yang menyatakan bahwa agresivitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa dalam perusahaan mendanai asetnya cenderung menggunakan modal sendiri yang dapat diperoleh dari laba ditahan dan modal saham dari pada menggunakan hutang. Banyaknya dana maupun kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk mendanai asetnya dapat membuat tingkat hutang di perusahaan itu berkurang atau kecil. Dalam teori agens, hal ini manajemen sebagai agen yang bekerja untuk pemegang saham sebagai prinsipal, penggunaan modal sendiri (equity) dapat membantu mengurangi konflik keagenan antara manajemen dan investor karena manajemen memiliki kepemilikan dalam perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan (Novari & Lestari, 2016) yang menyatakan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham sehingga dapat memicu kenaikan permintaan saham. Dalam teori agensi, profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran kinerja perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan (Wahyuningrum & Sunarto, 2023), dan (Lumoly et al., 2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar tidak mampu memanfaatkan asetnya secara efektif sehingga menimbulkan penimbunan aset dikarenakan perputaran dari aset perusahaan akan semakin lama. Ini yang menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun. Dalam teori sinyal, investor akan ragu untuk berinvestasi ke perusahaan tersebut karena terjadinya penurunan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prastuti & Sudiarta, 2016) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan meneliti pengaruh Agresivitas Pajak, *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2022. Berdasarkan pengujian dan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Agresivitas Pajak (CETR) berpengaruh positif (+) tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, *Leverage* (DAR) berpengaruh positif (+) tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif (+)

signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif (-) signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil kesimpulan pada penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat berpengaruh terhadap variabel independen yang digunakan sebab pada koefisien determinasi (r^2) mempunyai nilai sebesar 11,4% yang artinya masih terdapat 88,6% yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain terhadap nilai perusahaan selain variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Untuk mengatasi keterbatasan dalam penelitian ini, maka penelitian memberikan masukan untuk peneliti selanjutnya, antara lain peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen dan memilih variabel penelitian seperti likuiditas, pertumbuhan perusahaan, kualitas laba, kebijakan deviden dan variabel lainnya karena penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan empat variabel hanya satu hipotesis yang dapat diterima yaitu profitabilitas. Dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas pengamatan dengan menambah periode tahun pengamatan sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan informasi yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Astuti, N. K. B., & Yadnya, I. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Deviden. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3275. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p25>
- Aziz, M., & Widati, L. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JISAMAR*, 7. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Bagus et al. (2016). Pengaruh Tax Planing, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Humanika*, 9.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Fundamentals of financial management*. South-Western Cengage Learning.
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6099. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p12>
- Ejima, H., Richardson, J. J., Liang, K., Best, J. P., Van Koeverden, M. P., Such, G. K., Cui, J., & Caruso, F. (2013). One-step assembly of coordination complexes for versatile film and particle engineering. *Science*, 341(6142), 154–157. <https://doi.org/10.1126/science.1237265>
- Jensen, M. C., Meckling, W. H., Benston, G., Canes, M., Henderson, D., Leffler, K., Long, J., Smith, C., Thompson, R., Watts, R., & Zimmerman, J. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. In *Journal of Financial Economics* (Issue 4). Harvard University Press. <http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). In *Pengaruh Likuiditas... 1108 Jurnal EMBA* (Vol. 6, Issue 3). www.kemenperin.go.id

- Novari, & Lestari. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate. *Unud*, 5.
- Parta, & Sedana. (2018). Peran Struktur Modal dalam Memediasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti di BEI. *EJMUNUD*, 5.
- Prastuti, & Sudiarta. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Unud*, 5.
- Saputri. (2021). Pengaruh Leverage, Capital Intensity, Komisaris Independen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Tax Avoidance. In *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 4, Issue 2).
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2019). *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*.
- Suwardika, & Mustanda. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *Unud*, 6.
- Tarihoran. (2016). Pengaruh Penghindaran Pajak dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Wira Ekonomi Mikroskil*, 6.
- Wahyuningrum, & Sunarto. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Politala*, 6.
- Yanti. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *EJMUNUD*, 8.