

Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Poppy Yulita¹, Abu Yazid²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

poppyyulita25@gmail.com¹, dosen01470@unpam.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, sehingga diperoleh 28 perusahaan dengan periode pengamatan selama lima tahun dan total 140 observasi. Variabel independen penelitian terdiri atas perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang paling tepat digunakan. Secara simultan, perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan menjadi faktor yang lebih berperan dalam memengaruhi nilai perusahaan dibandingkan perencanaan pajak dan profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode penelitian. Temuan ini dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen dan investor dalam pengambilan keputusan terkait peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang penting bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Tingginya nilai perusahaan mencerminkan adanya kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan kinerja yang baik di masa mendatang. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus mampu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja, efisiensi operasional, perluasan pasar, serta inovasi yang berkelanjutan (Suci dkk., 2023). Bagi perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), peningkatan nilai perusahaan juga berkaitan dengan kemampuan mempertahankan tren harga saham dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Yoswandri & Lestari, 2024). Persepsi investor terhadap kondisi perusahaan tercermin melalui harga saham, sehingga perubahan harga saham dapat menjadi gambaran perubahan nilai perusahaan (Clarinda dkk., 2023). Selain itu, nilai perusahaan tidak hanya berkaitan dengan kinerja keuangan, tetapi juga mencerminkan penilaian pasar terhadap aset, peluang pertumbuhan, dan kemampuan

perusahaan dalam menghadapi risiko (Uli & Andini, 2024).

Fenomena nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* menunjukkan adanya permasalahan yang perlu dikaji. Berdasarkan nilai *Price to Book Value* (PBV) selama periode 2021–2025, beberapa perusahaan dalam sektor ini mengalami kecenderungan penurunan nilai perusahaan. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), misalnya, mengalami penurunan PBV dari 0,64 pada 2021 menjadi 0,49 pada 2025. PT BISI International Tbk juga mengalami penurunan dari 1,57 pada 2022 menjadi 0,75 pada 2025. Kondisi serupa terjadi pada PT Mayora Indah Tbk yang mengalami penurunan PBV dari 4,92 pada 2022 menjadi 2,81 pada 2025, PT Kalbe Farma Tbk dari 4,43 menjadi 2,28, serta PT Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk dari 3,34 pada 2021 menjadi 1,89 pada 2025. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa penilaian pasar terhadap sejumlah perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* mengalami perubahan selama periode penelitian.

Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas
dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai
Perusahaan

Kondisi tersebut menjadi menarik karena sektor *Consumer Non-Cyclicals* dikenal sebagai sektor yang menyediakan kebutuhan dasar masyarakat sehingga secara umum memiliki karakteristik yang relatif defensif. Namun, fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa perusahaan dalam sektor tersebut tetap menghadapi perubahan nilai pasar yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, daya beli masyarakat, kinerja perusahaan, serta ekspektasi investor. Dengan demikian, terdapat permasalahan empiris mengenai faktor-faktor internal perusahaan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2021–2025. Dalam perspektif teori keagenan, permasalahan nilai perusahaan dapat berkaitan dengan perbedaan kepentingan dan informasi antara manajemen dan pemegang saham. Keputusan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menentukan kebijakan perusahaan yang kurang tepat dapat meningkatkan risiko dan pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan (Anatasia & Kurnia, 2023).

Salah satu faktor yang diduga berkaitan dengan nilai perusahaan adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak dapat digunakan perusahaan untuk mengelola kewajiban perpajakan secara legal sehingga perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi dan mempertahankan laba. Perencanaan pajak yang dilakukan secara tepat juga dapat mengurangi risiko perpajakan dan membantu perusahaan mengelola kewajibannya secara lebih efektif (Suandi, 2022; Sally & Supriadi, 2025). Dalam perspektif teori sinyal, kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban pajak dapat menjadi informasi yang dipertimbangkan investor dalam menilai kualitas pengelolaan perusahaan. Perencanaan pajak yang dilakukan secara tepat dapat memberikan sinyal positif, sedangkan praktik yang terlalu agresif dapat menimbulkan risiko dan mengurangi kepercayaan investor (Aprianti & Agustiningsih, 2024). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan ketidakkonsistenan. Christiani dkk. (2022), Sally dan Supriadi (2025), serta Putri dan Ambarita (2025) menemukan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Rahman dan Ridwan (2024), Dinda dan Darmawati (2023), serta Mahilun dan Atikah (2024) menemukan pengaruh negatif, sedangkan Cahyadi dan Nelson (2024) serta Fadillah dan Darma (2021) menemukan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah profitabilitas yang

mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas dapat menjadi informasi bagi investor dalam menilai efektivitas pengelolaan perusahaan dan prospek pertumbuhannya. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang baik cenderung lebih menarik bagi investor karena menunjukkan prospek perusahaan yang lebih baik (Pitaloka & Setyabudi, 2021; Aprianti & Agustiningsih, 2024; Cahyadi & Nelson, 2024). Namun, penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang belum konsisten. Putri dan Laily (2025), Marsuki dan Efendi (2024), serta Fortuna dan Sulistyowati (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Clarinda dkk. (2023) serta Nurlatifah dan Tugiantoro (2025) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih terdapat kesenjangan empiris mengenai hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya dan akses pendanaan yang lebih luas sehingga dapat memberikan persepsi tertentu bagi investor. Ukuran perusahaan dapat tercermin dari besarnya aset, penjualan, maupun ekuitas yang dimiliki perusahaan (Putri & Handayani, 2025). Penelitian Romdhoniah dan Mildawati (2024), Nurmansyah dkk. (2023), serta Yoswandri dan Lestari (2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Clarinda dkk. (2023) dan Pitaloka dan Setyabudi (2021) menunjukkan pengaruh negatif, sedangkan Putri dan Handayani (2025) serta Bintari dkk. (2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan temuan tersebut memperlihatkan bahwa hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan masih belum menunjukkan hasil yang konsisten.

Berdasarkan fenomena penurunan dan fluktuasi PBV pada sejumlah perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, terdapat research gap yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini menjadi penting karena karakteristik sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang relatif defensif tidak sepenuhnya tercermin pada perkembangan nilai perusahaan selama periode 2021–2025. Ketidaksesuaian antara karakteristik sektor dan

fenomena penurunan nilai perusahaan
menunjukkan perlunya pengujian kembali
faktor-faktor yang dapat menjelaskan perubahan
nilai perusahaan pada sektor tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *asosiatif*, yaitu penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Perencanaan Pajak (X1), Profitabilitas (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y), baik secara parsial maupun simultan, pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2025. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Dengan periode pengamatan selama lima tahun, penelitian ini menghasilkan data panel yang dianalisis menggunakan *EViews* 13.

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025, yaitu sebanyak 132 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria yang digunakan meliputi: (1) perusahaan terdaftar secara konsisten di BEI selama 2021–2025; (2) menyajikan laporan tahunan dalam satuan Rupiah secara berturut-turut; (3) tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan; dan (4) menyediakan data lengkap terkait variabel penelitian.

Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Pelanggaran	Sisa Perusahaan
	Populasi perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> terdaftar di BEI	-	132
1	Terdaftar dan aktif secara konsisten selama 2021–2025	53	79
2	Menyajikan laporan tahunan dalam satuan Rupiah secara berturut-turut	3	76
3	Tidak mengalami kerugian selama periode 2021–2025	42	34
4	Memiliki data lengkap terkait variabel penelitian	0	34

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 34

perusahaan sebagai sampel awal dengan periode pengamatan lima tahun, sehingga total data yang terkumpul berjumlah 170 observasi. Pengujian normalitas awal menunjukkan bahwa data belum berdistribusi normal, sehingga dilakukan penanganan *outlier* untuk mengeluarkan data ekstrem. Hasil identifikasi menunjukkan 6 perusahaan perlu dikeluarkan dari sampel, yaitu Campina Ice Cream Industry Tbk. (CAMP), Malindo Feedmill Tbk. (MAIN), Midi Utama Indonesia Tbk. (MIDI), Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI), Tigaraksa Satria Tbk. (TGKA), dan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Dengan demikian, sampel akhir penelitian terdiri atas 28 perusahaan dengan 140 observasi selama periode 2021–2025.

2.2 Pengumpulan Data

Data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Data yang dikumpulkan meliputi laba bersih, total aset, harga pasar saham, nilai buku saham, beban pajak, dan laba sebelum pajak. Data tersebut digunakan untuk menghitung perencanaan pajak, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.

2.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen, serta Perencanaan Pajak, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen. Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), perencanaan pajak menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR), profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA), dan ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural dari total aset (*Firm Size*).

Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian			NILAI (Y)	1,990721	1,133000	9,794
No	Variabel	Indikator	Pengukuran	0,229936	Skala	0,432
1	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \text{Harga Pasar Saham} / \text{Nilai Buku per Saham}$	ROA (X2)	0,089343	Rasio	0,456
2	Perencanaan Pajak (X1)	$ETR = \text{Pembayaran Pajak} / \text{Laba Sebelum Pajak}$	SIZE (X3)	29901,09	Rasio	33015
3	Profitabilitas (X2)	$ROA = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}$				
4	Ukuran Perusahaan (X3)	$\text{Firm Size} = \sqrt{\text{Ln}(\text{Total Aset})}$				

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

2.4 Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan *EViews* 13. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, estimasi model data panel, pemilihan model, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Estimasi data panel dilakukan melalui *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model terbaik dilakukan menggunakan Uji *Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier* (LM). Model regresi data panel dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \epsilon_{it}$$

dengan Y adalah nilai perusahaan, α adalah konstanta, β_1 , β_2 , dan β_3 adalah koefisien regresi, X_1 adalah perencanaan pajak, X_2 adalah profitabilitas, X_3 adalah ukuran perusahaan, dan ϵ adalah tingkat kesalahan.

Sebelum pengujian hipotesis, model diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap nilai perusahaan. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan dinilai menggunakan *Adjusted R-Squared*. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Statistik Deskriptif

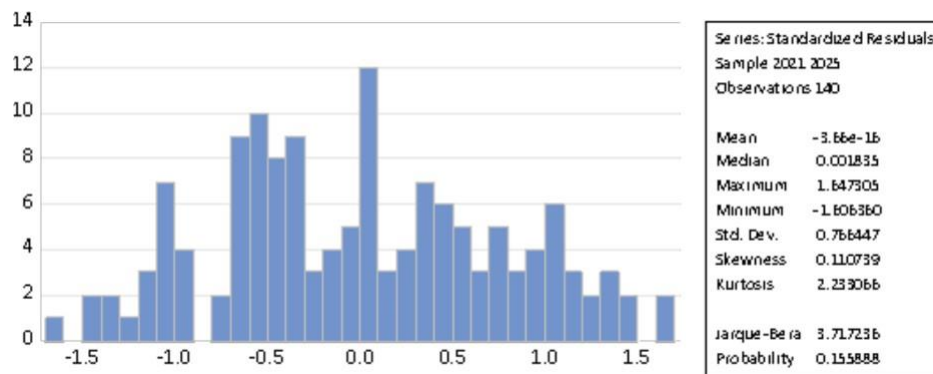
Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, median, dan standar deviasi. Penelitian ini menggunakan 140 observasi yang berasal dari 28 perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025.

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
----------	------	--------	---------	---------	-----------

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13808>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



residual dinyatakan berdistribusi normal.

3.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model estimasi terbaik dilakukan dengan membandingkan *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM) melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier (LM). Hasil Uji Chow menunjukkan nilai probabilitas *cross-section* Chi-square sebesar 0,0000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga FEM lebih tepat digunakan dibandingkan CEM. Selanjutnya, Uji Hausman menghasilkan nilai probabilitas *cross-section random* sebesar 0,0031, juga lebih kecil dari 0,05, sehingga FEM lebih tepat digunakan dibandingkan REM. Karena FEM terpilih pada kedua tahap pengujian, estimasi regresi data panel dilanjutkan dengan pendekatan *Fixed Effect Model*.

Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Pemilihan Model Regresi

Pengujian	Perbandingan Model	Nilai Probabilitas	Hasil
<i>Uji Chow</i>	CEM vs FEM	0,0000 < 0,05	FEM
<i>Uji Hausman</i>	REM vs FEM	0,0031 < 0,05	FEM
<i>Uji LM</i>	CEM vs REM	0,0000 < 0,05	REM

Sumber: Hasil olah data Eviews 13 (2026)

Berdasarkan ringkasan tersebut, model *Fixed Effect Model* (FEM) dipilih sebagai model estimasi akhir karena unggul pada dua pengujian utama, yaitu Uji Chow dan Uji Hausman.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi *Fixed Effect Model* yang terpilih layak digunakan sebelum pengujian hipotesis, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan melihat nilai *Jarque-Bera* (JB). Apabila nilai probabilitasnya berada di atas taraf signifikansi 5%, maka

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.13808>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

w
s
1
3
(
2
0
2
6
)

Nilai *Jarque-Bera* pada Gambar 4.1 sebesar 3,717236 dengan nilai probabilitas sebesar 0,155888. Oleh karena nilai probabilitas tersebut berada di atas 0,05 ($0,155888 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat hubungan linear yang kuat antarvariabel independen, dideteksi melalui matriks korelasi. Apabila nilai korelasi antarvariabel berada di bawah 0,90, maka model dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

Tabel 3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

sebesar 0,000000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1

	NILAI	ETR	PROB	SIZE
NILAI	1.000000	-0.231802	0.297085	0.104468
ETR	-0.231802	1.000000	-0.207394	0.090921
PROB	0.297085	-0.207394	1.000000	-0.290114
SIZE	0.104468	0.090921	-0.290114	1.000000

Sumber: Output Eviews 13 (2026)

Berdasarkan Tabel 3.3, seluruh koefisien korelasi antarvariabel independen berada di bawah 0,90, sehingga model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala multikolinearitas dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi, menggunakan Uji *Glejser*. Apabila nilai probabilitas Chi-Square lebih besar dari 0,05, maka model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 3.4 Hasil Uji

Heteroskedasticity Test: Glejser			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	1.666726	Prob. F(3,136)	0.1771
Obs*R-squared	4.964709	Prob. Chi-Square(3)	0.1744
Scaled explained SS	7.347663	Prob. Chi-Square(3)	0.0616

Heteroskedastisitas
(Uji *Glejser*)

Sumber: Output Eviews 13 (2026)

Nilai probabilitas *Obs*R-squared* (Chi-Square) pada Tabel 3.4 sebesar 0,1744, berada di atas taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas dan varian residual bersifat konstan.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memastikan ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1), diuji menggunakan *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test*.

Tabel 3.5 Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.430392	Mean dependent var	-2.78E-15
Adjusted R-squared	0.409138	S.D. dependent var	1.867934
S.E. of regression	1.435835	Akaike info criterion	3.603282
Sum squared resid	276.2573	Schwarz criterion	3.729352
Log likelihood	-246.2297	Hannan-Quinn criter.	3.654513
F-statistic	20.24994	Durbin-Watson stat	1.884796
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 13 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.5, nilai Prob(F-statistic)

diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa residual dalam model penelitian mengalami korelasi antarperiode, sehingga asumsi independensi error belum sepenuhnya terpenuhi. Kondisi ini menjadi salah satu keterbatasan dalam model penelitian, mengingat data yang digunakan bersifat panel dengan dimensi waktu (Gujarati, 2004).

4.4 Analisis Regresi Data Panel dan Pengujian Hipotesis

Estimasi regresi data panel menggunakan *Fixed Effect Model* menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6 Hasil Estimasi Fixed Effect Model

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	20,06629	8,921925	-2,093038	0,0387
ETR (X1)	0,855754	2,169281	0,394487	0,6940
ROA (X2)	-0,455377	2,420047	-0,188169	0,8511
SIZE (X3)	-0,000610	0,000291	-2,093038	0,0387

Sumber: Output Eviews 13 (2026)

Berdasarkan hasil estimasi tersebut, persamaan regresi data panel dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NILAI} = 20,06629 + 0,855754 \text{ ETR} - 0,455377 \text{ ROA} - 0,000610 \text{ SIZE} + \varepsilon$$

Nilai konstanta sebesar 20,06629 menunjukkan estimasi nilai perusahaan apabila ketiga variabel independen bernilai nol. Koefisien perencanaan pajak (ETR) sebesar 0,855754 menunjukkan hubungan positif dengan nilai perusahaan, koefisien profitabilitas (ROA) sebesar -0,455377 menunjukkan hubungan negatif, sedangkan koefisien ukuran perusahaan (SIZE) sebesar -0,000610 juga menunjukkan hubungan negatif dengan nilai perusahaan.

1. Koefisien Determinasi (Adjusted R-Squared)

Nilai *Adjusted R-squared* pada Tabel 4.6 sebesar 0,810317 atau 81,03%. Hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 81,03%, sedangkan sisanya sebesar 18,97% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dengan jumlah observasi 140 dan taraf signifikansi 5% ($df = n - k = 140 - 4 = 136$), diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,97756.

Perencanaan pajak memiliki nilai t-hitung sebesar 0,394487 dan probabilitas 0,6940. Oleh karena $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($0,394487 < 1,97756$) dan probabilitas $> 0,05$, maka H1 ditolak, yang berarti perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memiliki nilai t-hitung sebesar -0,188169 dan probabilitas 0,8511. Oleh karena nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($-0,188169 < 1,97756$) dan probabilitas $> 0,05$, maka H2 ditolak, yang berarti profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan memiliki nilai t-hitung sebesar -2,093038 dan probabilitas 0,0387. Oleh karena nilai absolut t-hitung $> t\text{-tabel}$ ($-2,093038 > 1,97756$) dan probabilitas $< 0,05$, maka H3 diterima. Dengan arah koefisien negatif, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 3.6, nilai F-hitung sebesar 20,79332 dengan Prob(F-statistic) sebesar 0,000000. Dengan $df1 = k - 1 = 3$ dan $df2 = n - k = 136$ pada taraf signifikansi 5%, diperoleh F-tabel sebesar 2,67. Oleh karena F-hitung $> F\text{-tabel}$ ($20,79332 > 2,67$) dan probabilitas $< 0,05$, maka H4 diterima, yang berarti perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak digunakan.

Tabel 3.7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	Perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Ditolak
H2	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Ditolak
H3	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Diterima
H4	Perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Diterima

Sumber: Hasil olah data Eviews 13 (2026)

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya *Effective Tax Rate* suatu perusahaan tidak secara langsung memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut, karena keputusan investasi lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti profitabilitas dan ukuran perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, perencanaan pajak yang baik semestinya memberi sinyal bahwa perusahaan dikelola secara efisien sehingga mampu meningkatkan laba dan mendorong minat investor. Namun demikian, dalam perspektif teori keagenan, perencanaan pajak juga berpotensi dimanfaatkan manajer untuk kepentingan pribadi, sehingga sinyal yang disampaikan kepada pasar menjadi tidak konsisten dan kurang direspons oleh investor.

4.5.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H2 ditolak. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat keuntungan yang tinggi atau rendah tidak selalu menjadi dasar utama investor dalam menilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, profitabilitas yang tinggi semestinya menjadi sinyal positif bagi investor karena mencerminkan kemampuan perusahaan bertahan dan berkembang. Akan tetapi, dari sudut pandang teori keagenan, informasi laba yang disampaikan manajer tidak selalu sepenuhnya dipercaya oleh pemegang saham akibat adanya asimetri informasi, sehingga peran profitabilitas dalam meningkatkan penilaian pasar terhadap perusahaan menjadi kurang optimal.

4.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran

perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H3 diterima. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin rendah nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan teori keagenan, perusahaan besar cenderung memiliki kompleksitas operasional yang lebih tinggi sehingga pengawasan pemilik terhadap manajemen menjadi lebih sulit dan asimetri informasi meningkat, yang pada akhirnya menimbulkan biaya keagenan yang lebih besar. Kondisi ini membuat investor lebih berhati-hati terhadap perusahaan besar, sehingga ukuran perusahaan yang besar tidak selalu direspons sebagai sinyal positif oleh pasar.

4.5.4 Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H4 diterima. Ketiga variabel tersebut secara kolektif menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals*, meskipun secara parsial hanya ukuran perusahaan yang terbukti berpengaruh signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nurlatifah dan Tugiantoro (2025), Aprianti dan Agustiningsih (2024), Fadillah dan Darna (2021), serta Rahman dan Ridwan (2024), yang juga menemukan bahwa variabel-variabel keuangan yang diuji secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan meskipun tidak seluruhnya signifikan secara parsial.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025, dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa perubahan ukuran perusahaan berkaitan dengan perubahan nilai perusahaan pada sektor Consumer Non-Cyclicals selama periode penelitian. Secara simultan, perencanaan

pajak, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh masing-masing variabel secara individual, tetapi juga oleh kombinasi ketiga faktor tersebut secara bersama-sama.

Referensi

- [1] Y. Anatasia and Kurnia, "Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan: Moderasi kebijakan dividen," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2023.
- [2] R. Aprianti and W. Agustiniingsih, "Pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, vol. 3, no. 6, pp. 6718–6732, 2024.
- [3] A. Bintari, I. R. Lestari, and W. Ekawanti, "Pengaruh profitabilitas, likuiditas, kebijakan hutang dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, vol. 1, no. 2, pp. 43–53, 2024. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.300>
- [4] S. Cahyadi and C. I. Nelson, "Pengaruh beban pajak tangguhan, perencanaan pajak dan modal intelektual terhadap nilai perusahaan," *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 212–223, 2024. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2733>
- [5] Y. N. Christiani, M. K. D. Rane, and D. A. Sine, "Analisis pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Among Makarti*, vol. 14, no. 2, pp. 77–88, 2022. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.211>
- [6] L. Clarinda, L. Susanto, and S. Dewi, "Pengaruh profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, vol. 53, no. 1, pp. 1–19, 2023.
- [7] Y. M. Dinda and D. Darmawati, "Pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan negara sebagai variabel moderasi (pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2021)," *Jurnal Riset Akuntansi*, vol. 6, no. 2, pp. 1–10, 2023. <http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2996>
- [8] M. R. Fadillah and S. S. Darma, "Pengaruh kinerja keuangan, perencanaan pajak dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan," *Jurnal JUMKA*, vol. 1, no. 1, pp. 30–38, 2021.
- [9] P. D. Fortuna and E. Sulistyowati, "Pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Bandung Conference Series: Business and Management*, vol. 3, no. 1, 2023. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.7091>
- [10] Mahilun and S. Atikah, "Pengaruh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi," *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, vol. 4, no. 1, pp. 130–143, 2024. <https://doi.org/10.29303/risma.v4i1.1030>
- [11] M. A. Marsuki and D. Efendi, "Pengaruh environmental social governance dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 13, no. 6, 2024.
- [12] Nurlatifah and Tugiantoro, "Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Accounting Research and Business Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 16–30, 2025. <https://doi.org/10.64237/arb.v3i1.115>
- [13] A. Nurmansyah, G. B. Kristianto, and E. Saraswati, "Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui corporate governance pada industri perbankan di Indonesia," *Applied Research in Management and Business*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2023. <https://doi.org/10.53416/arimbi.v3i1.134>
- [14] A. V. Pitaloka and T. G. Setyabudi, "Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 10, no. 12, pp. 1–18, 2021.
- [15] Putri and D. Ambarita, "Pengaruh perencanaan pajak, kebijakan utang dan struktur modal terhadap nilai perusahaan," *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan*, vol. 1, no. 3, pp. 377–387, 2025. <https://doi.org/10.62379/jakp.v1i3.290>
- [16] C. V. D. Putri and N. Laili, "Pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan kebijakan investasi terhadap nilai perusahaan pada subsektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *JWEM STIE Mikroskil*, vol. 8, no. 1, pp. 32–44, 2025.
- [17] Putri and N. Handayani, "Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Land Journal*, vol. 6, no. 1, pp. 1–16, 2025. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v6i1.3903>
- [18] F. A. F. Rahman and M. Ridwan, "Pengaruh perencanaan pajak, keputusan investasi dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan," *Jurnal Inovasi Global*, vol. 2, no. 11, pp. 1754–1773, 2024.
- [19] N. R. Romdhoniah and T. Mildawati, "Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 13, no. 2, 2024.
- [20] Sally and A. Supriadi, "Pengaruh perencanaan pajak dan penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh prudence (studi empiris pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018–2023)," vol. 23, no. 8, pp. 1–16, 2025.
- [21] K. Suci, A. Cahyani, M. Oktafiyani, I. Septriana, and R. Herawati, "Pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan," vol. 12, no. 2, pp. 186–201, 2023.
- [22] L. S. Uli and P. Andini, "Pengaruh perencanaan pajak, leverage dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2022)," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, vol. 2, no. 4, pp. 61–79, 2024. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.3300>
- [23] F. R. Yoswandri and I. R. Lestari, "Pengaruh struktur modal, sales growth, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, vol. 1, no. 2, pp. 168–180, 2024. <https://doi.org/10.59407/jdedte.v1i2.702>