

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating

Baihaqi Ammy

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author : baihaqiammy@umsu.ac.id

Correspondence: baihaqiammy@umsu.ac.id | Submission Received : 18-08-2023; Revised : 29-08-2023; Accepted : 30-08-2023; Published : 30-08-2023

Abstract

This study aims to find out whether tax planning (ETR) and company profitability (ROA) affect firm value (PBV) with company size as a moderating variable in food & beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017 - 2021. This research uses a type of quantitative research using secondary data. The population in this study are Manufacturing companies in the Food and Beverage Sub-sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period using a sample of 10 companies. Data analysis used multiple linear regression analysis using the SmartPLS program. The results of this study are that tax planning has no effect on firm value (PBV) in Food & Beverages companies on the IDX, Profitability has no effect on firm value (PBV) in Food & Beverages companies on the IDX, company size cannot moderate the effect of tax planning on firm value, and Firm size can moderate the effect of profitability on firm value.

Keywords: *Company Size, Firm Value, Profitability, Tax Planning (ETR)*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah perencanaan pajak (ETR) dan profitabilitas perusahaan (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan food & beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017 - 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 dengan menggunakan sampel sebanyak 10 perusahaan. Analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SmartPLS. Adapun Hasil penelitian ini yaitu Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan Food & Beverages di BEI, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) padaperusahaan Food & Beverages di BEI, Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh Perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Perencanaan Pajak (ETR), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

INTRODUCTION

Sumber penerimaan utama negara adalah pajak, minyak bumi dan gas alam, serta hasil tambang. Bila dilihat dari sudut pandang perusahaan, pajak termasuk kelompok beban dan dapat mengurangi laba bersih perusahaan. Salah satu masalah yang sering dialami perusahaan saat ini adalah pajak. Pajak merupakan sumber penerimaan utama untuk kegiatan pembiayaan negara. Bagi negara semakin besar jumlah pajak yang diterima akan semakin baik keuangan negara. Namun bagi wajib pajak, pembayaran pajak merupakan beban. Di pihak lain perusahaan merupakan subjek pajak negara, karena kegiatan usahanya menjadi objek pajak. Pada dasarnya perusahaan lebih memilih membayar pajak lebih rendah atau mendapatkan beberapa penghematan pajak atas pajak yang terutang mengingat bahwa tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba setelah pajak dengan meminimalkan keseluruhan tarif pajak perusahaan secara efektif. Memang, banyak pendekatan perencanaan pajak telah digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan ini Seyram & Kudus 2013 dalam (Yuliem, 2018).

Perencanaan pajak (*Tax Planning*) merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan dengan memanfaatkan pengecualian-pengecualian yang telah disebutkan dalam undang-undang (Dewanata & Achmad, 2016). Tujuan pokok dari perencanaan pajak adalah untuk mengurangi beban jumlah atau total dari pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak. Perencanaan pajak merupakan tindakan legal karena penghematan pajak hanya dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur oleh undang-undang. Tujuannya bukan untuk mengelak untuk membayar pajak, tetapi untuk mengatur sehingga pajak yang dibayar tidak lebih dari jumlah yang seharusnya.

Akan tetapi, dalam penelitian (Januri & Kartika, 2021) mengemukakan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan adanya biaya bisa saja timbul dari aktivitas perencanaan pajak ini yang berupa *agency cost*. Dimana *agency cost* ini muncul akibat dari adanya kepentingan pribadi dari manajemen yang dapat mengurangi nilai perusahaan (Fahdiansyah et al., 2018). Sehingga, perusahaan yang melakukan perencanaan pajak bertujuan untuk meminimalkan maupun mengefektifkan pembayaran pajak terutangnya, sehingga biaya perpajakannya bisa ditekan.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh peneliti menunjukkan bahwa perusahaan *Food & Beverages* menunjukkan adanya peningkatan nilai *effective tax rate* (ETR) akan tetapi tidak diikuti dengan peningkatan *price to book value* (PBV), seharusnya jika *effective tax rate* (ETR) mengalami peningkatan maka nilai *price to book value* (PBV) juga akan mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan pada PT. Delta Jakarta Tbk (DLTA), dimana perencanaan pajak perusahaan dalam lima tahun penelitian cenderung mengalami peningkatan sedangkan nilai perusahaan dalam lima tahun cenderung tidak mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah efektif dalam melakukan perencanaan pajak akan tetapi nilai perusahaan yang dihasilkan perusahaan justru tidak mengalami perubahan dari tahun ke tahun.

Disamping itu, beberapa perusahaan *Food & Beverages* menunjukkan adanya naik turun nilai *return on asset* (ROA) akan tetapi nilai *price to book value* (PBV) justru tidak mengalami perubahan. Dapat dilihat pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), dimana *return on asset* mengalami naik turun sedangkan nilai perusahaan justru tidak mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Hal ini tidak sesuai dengan teori, seharusnya jika *return on asset* (ROA) mengalami naik turun maka nilai *price to book value* (PBV) juga akan mengalami naik turun, begitu pula sebaliknya jika nilai *net profit margin* (NPM) mengalami penurunan maka nilai *price to book value* (PBV) juga akan mengalami penurunan. Semakin

tinggi *return on asset* (ROA) suatu perusahaan maka dapat memberikan sinyal baik kepada investor dan memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya (Amanah, 2018).

Lebih lanjut, beberapa perusahaan *Food & Beverages* menunjukkan adanya peningkatan nilai ukuran perusahaan (*firm size*) akan tetapi tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan (PBV). Hal ini dapat dilihat pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dimana nilai ukuran perusahaan (*firm size*) dalam lima tahun penelitian cenderung mengalami peningkatan namun utnuk nilai perusahaan dalam lima tahun penelitian cenderung tidak mengalami perubahan dari tahun ketahun. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan (Bagus et al., 2016).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti termotivasi untuk mengetahui sejauh mana perencanaan pajak dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, Apakah hasil penelitian selanjutnya akan sama atau berbeda apabila dilakukannya adanya perbedaan perusahaan dan juga periode waktu. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan menetapkan judul penelitian “Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada *Perusahaan Food & Beverages* Yang Terdaftar di BEI”.

LITERATURE REVIEW

Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

Perencanaan pajak merupakan langkah awal dalam pengelolaan pajak. Pada tahap ini, peraturan perpajakan dikumpulkan dan diperiksa dengan tujuan untuk memilih jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilaksanakan (Lestari, 2016). Tujuan pengendalian pajak adalah bagaimana pengendalian tersebut dapat mengefisienkan jumlah pajaknya yang akan di transfer ke pemerintah, melalui apa yang disebut penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang merupakan perbuatan legal yang masih dalam ruang lingkup peraturan perundang-undangan pajak dan bukan penyelundupan pajak (Hanum & Muda, 2020). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan pajak (*tax planning*) adalah kebijakan perpajakan, Undang-undang perpajakan, Administrasi perpajakan, *Loopholes*, Tarif pajak.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan ukuran rata-rata *Effective tax rate* (ETR) sebagai alat ukur perencanaan pajak. Berikut merupakan rumus pehitungannya

$$Effective\ tax\ rate = \frac{Total\ beban\ pajak\ penghasilan}{laba\ sebelum\ pajak} \times 100$$

Setiap Tarif Pajak Efektif perusahaan dinilai menjadi indikator adanya perencanaan pajak apabila memiliki nominal yang mendekati nol. Semakin rendah Tarif Pajak Efektif yang perusahaan miliki maka semakin tinggi tingkat perencanaan pajak. Tarif Pajak Efektif yang rendah menunjukkan laba pajak penghasilan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. Semakin tinggi perencanaan pajak dalam suatu perusahaan maka akan mempengaruhi laba dan pendapatan suatu perusahaan ataupun juga harga saham perusahaan, dengan demikian hal tersebut akan berdampak pada nilai perusahaan juga akan semakin meningkat (christiani et.,al, 2021).

Profitabilitas Perusahaan (ROA)

Profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Cara untuk menilai profitabilitas bermacam-macam dan sangat tergantung pada laba, aktiva atau modal yang akan dibandingkan dari laba yang berasal dari operasi perusahaan atau laba netto sesudah pajak dengan modal sendiri (Zurriah, 2022). ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. *Return On Asset* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aktiva yang dimilikinya (Roni et al., 2019). Pengembalian aset Penting bagi manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aset perusahaan. Semakin besar ROA, semakin efisien penggunaan aset perusahaan, atau dengan kata lain jumlahnya sama aset dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan sebaliknya (Ammy & Hasibuan, 2021). Adapun rumus untuk mengukur ROA adalah sebagai berikut.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* adalah Rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan, maka dari itu digunakan angka laba setelah pajak dan rata-rata kekayaan perusahaan dan juga merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan.

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan adalah harga yang dapat dijual dengan kesepakatan harga yang akan dibayar oleh pembeli. Tingginya harga saham akan meningkatkan juga nilai perusahaannya dan kemakmuran investor akan semakin tinggi. Nilai (Franita, 2016). Nilai Perusahaan adalah nilai sekarang (*present value*) dari free cash flow di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cash flow* adalah *cash flow* yang tersedia bagi investor (kreditur dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih (Januri & Kartika, 2021). Nilai perusahaan merupakan indikator penilaian pasar bagi perusahaan secara keseluruhan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya (Januri & Kartika, 2021). Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (PBV) yaitu Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Laba, Likuiditas, Inflasi.

Price Book Value merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kekayaan pemegang saham. Berikut merupakan rumus perhitungan *Price Book Value* (PBV).

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

PBV yaitu rasio yang membandingkan *market price* terhadap nilai buku per saham. Alasan menggunakan PBV sebagai variabel dependen untuk mengukur nilai perusahaan, karena PBV memiliki peran yang penting sebagai salah satu acuan bagi pemegang saham untuk memilih saham yang akan dibeli, selain itu PBV juga dijadikan indikator dari harga atau nilai saham (Putra, 2006).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah cerminan dari ukuran yang muncul pada nilai total asset perusahaan. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar dan memiliki ekspektasi yang besar terhadap dividen dari perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula kecenderungan investor untuk memiliki sahamnya, sehingga akan mengakibatkan kenaikan harga saham. Kenaikan harga saham akan menyebabkan kenaikan harga buku value (PBV) atau nilai perusahaan. Perusahaan besar dapat menyebabkan pasar bersedia membayar lebih untuk sahamnya karena mereka yakin akan mendapatkan keuntungan yang menguntungkan dari perusahaan (Hardinis, 2019). Ukuran perusahaan memiliki beberapa indikator berupa nilai buku ekuitas, total aset, dan total pendapatan penjualan. Ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki beberapa keunggulan diantaranya yaitu, menunjukkan total asset perusahaan yang besar pula, semakin mudah untuk mendapatkan pendanaan, baik eksternal maupun internal dan memiliki sensitivitas yang besar dan transfer kekayaan yang relatif besar, jika dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil. Rumus dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Semakin besar nilai ukuran perusahaan yang dimiliki, maka akan menjelaskan besar aset perusahaan yang dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih guna menguji hipotesis penelitian yang sudah ada. Penelitian ini menggunakan data empiris yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) yang berupa data laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021 Kantor bursa efek Indonesia yang ada di Medan terletak di jalan Ir. H. Juanda Baru No A5-6, Medan Sumatera Utara.

Populasi penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur dalam *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI yang berjumlah 30 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10 Perusahaan dalam *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI. Teknik pengambilan sampel dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) menggunakan model *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan SmartPLS versi 4.0. Salah satu cara yang dapat digunakan menguji apakah suatu variabel merupakan variabel

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

moderasi yakni dengan melakukan uji interaksi. Regresi dengan melakukan uji interaksi antar variabel disebut dengan *moderated regression analysis* (Ghozali, 2016). MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda di mana dalam persamaan *regresinya* mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen), dengan rumus persamaan berikut ini:

$$Y_i = \alpha_i + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 Z + \beta_4 X_{1Z} + \beta_5 X_{2Z} + e$$

Keterangan:

Y_i : Nilai Perusahaan

α_i : Konstanta

β_1 - β_4 : Koefisien regresi

X_1 : Perencanaan Pajak

X_2 : Profitabilitas Perusahaan

Z : Ukuran iPerusahaan

X_{1Z} : Perencanaan Pajak dengan Ukuran Perusahaan

X_{2Z} : Profitabilitas Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan

e : Error Term

RESULTS AND DISCUSSION

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mengalilis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016). Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai data-data variabel penelitian meliputi nilai *mean*, *median*, *range*, dan standar deviasi pada masing-masing variabel. Hasil analisis statistik deksriptif dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Hasil Output Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	50	-,52	,43	-,1243	,24914
ROA	50	-,10	,61	,1227	,15036
UP	50	14,38	30,62	21,7480	6,05094
NP	50	,00	1,24	,2386	,38098

Sumber: Data diolah dengan Smart Pls (diolah tahun 2022)

Hasil diatas menunjukkan bahwa Variabel Perencanaan pajak pada rasio *ETR* (X_1) diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,24914 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar -0,1243. Nilai minimum variabel nilai perusahaan pada rasio *ETR* (X_1) diperoleh sebesar -0,520 dan nilai maksimum diperoleh sebesar 0,430. Variabel profitabilitas pada rasio *ROA* (X_2) diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,15036 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1227. Nilai minimum variabel profitabilitas pada rasio *ROA* (X_2) diperoleh sebesar 0,100 dan nilai maksimum diperoleh sebesar 0,610. Variabel Ukuran Perusahaan (Z) diperoleh nilai standar deviasi sebesar 6,05094 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 21,7480. Nilai minimum variabel Ukuran Perusahaan (Z) diperoleh sebesar 14,38 dan nilai maksimum diperoleh

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

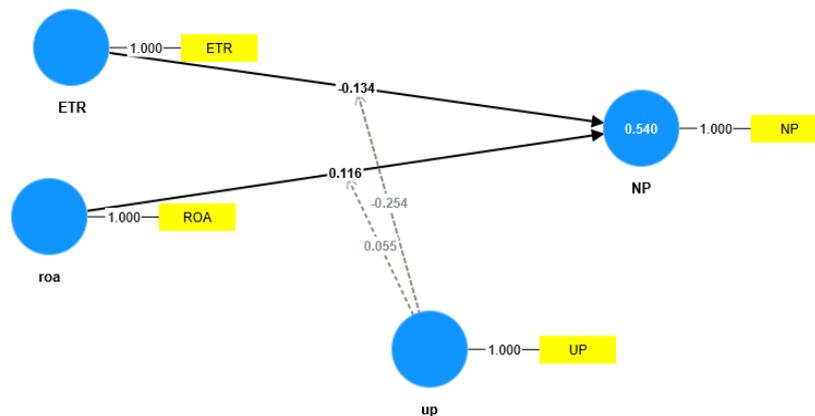
Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

sebesar 30,62. Variabel pada rasio Nilai Perusahaan (Y) diperoleh nilai standar deviasi sebesar 0,38098 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,2386. Nilai minimum variabel pada rasio Nilai Perusahaan (Y) diperoleh sebesar 0,001 dan nilai maksimum diperoleh sebesar 1,24.

Inner Model (*structural model*)

Inner model adalah spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*) yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori *substantif* penelitian. Hubungan pada variabel dapat di lihat pada gambar dibawah ini.



Gambar Struktur Hipotesis

F-Square (F^2)

Menurut Chin dalam (Ghozali, 2015) interpretasi nilai *f square* yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.

Tabel F-Square

Variabel	R-Square
ETR	0.038
ROA	0.006
UP	0.766
Moderasi ROA	0.002
Moderasi ETR	0.160

Sumber: SmartPLS 4.0

Berdasarkan hasil uji *f-Square* pada Variabel ETR sebesar 0.038 yang artinya memiliki pengaruh moderat kecil, pada variabel ROA sebesar 0.006 yang artinya memiliki moderat sangat kecil. Pada variabel Ukuran Perusahaan sebesar 0.766 yang artinya memiliki pengaruh pada level structural.

Uji Hipotesis

Uji-t

Uji parsial (Uji-t) digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2020). Uji parsial (Uji-t) dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan membandingkan nilai ttabel dengan thitung. Nilai ttabel diperoleh melalui rumus *degree of freedom* (df) yaitu $df = n - k$,

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

df = 50 – 4 = 46, maka nilai ttabel diperoleh sebesar 2.01290. Hasil uji parsial (Uji-t) dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel Uji Hipotesis

Variabel	Sampel Asli	Rata-Rata Sampel	Standar Deviasi	T statistik	Nilai P
ETR > NP	-0.134	-0.136	0.114	1.179	0.239
ROA > NP	0.116	0.122	0.374	0.311	0.756
UP > NP	0.795	0.806	0.163	4.879	0.000
Moderasi ETR > NP	0.055	0.054	0.320	0.172	0.863
Moderasi ROA > NP	-0.254	-0.257	0.105	2.416	0.016

Sumber: SmartPLS 4.0

$$Y_i = \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 Z + \beta_4 X_{1Z} + \beta_5 X_{2Z} + e$$

$$NP = -0.134 ETR + 0.116 ROA + 0.795 UP + 0.055 Z_1 + -0.254 Z_2$$

Variabel perencanaan pajak pada rasio ETR (X1) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0.134 dengan nilai negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan ETR (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.134. Variabel Perencanaan Pajak (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 1.179 lebih kecil dari ttabel 2.01290 (thitung 1.179 < ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0,239 lebih besar dari 0,05 (0,239 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Perencanaan Pajak (X1) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

Variabel Profitabilitas (X2) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.116 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap Profitabilitas (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.116. Variabel Profitabilitas (X2) memperoleh nilai thitung sebesar 0.311 lebih besar dari ttabel 2.01290 (thitung 0.311 > ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.756 lebih kecil dari 0,05 (0.756 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas (X2) Tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

Variabel Ukuran Perusahaan (Z) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.795 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap Ukuran Perusahaan (Z) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.795. Variabel Ukuran Perusahaan (Z) memperoleh nilai thitung sebesar 4.879 lebih besar dari ttabel 2.01290 (thitung 4.879 > ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 (0.000 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (Z) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

Pada Variabel Moderasi ETR diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.055 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap Moderasi ETR sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.055. Variabel Moderasi ETR (Z1) memperoleh nilai thitung sebesar 0.172 lebih kecil dari ttabel 2.01290 (thitung 0.172 < ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.863 lebih besar dari 0,05 (0.863 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh ETR dengan Nilai perusahaan.

Pada Variabel Moderasi ROA diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0.254 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap Moderasi ROA sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -0.254. Variabel Moderasi ROA (Z2) memperoleh nilai

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

thitung sebesar 2.416 lebih besar dari ttabel 2.01290 (thitung 2.416 > ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.016 lebih kecil dari 0,05 (0.016 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan dapat memoderasi pengaruh ROA dengan Nilai perusahaan.

R-Square (R^2)

R-square dilihat dari nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang *substantif*. Nilai *R-square* 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Hair. Jr et al., 1991). Ini berarti bahwa semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Nilai Perusahaan	0.540	0.488

Sumber: SmartPLS 4.0

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0,540 dengan persentase sebesar 54%. Maka dapat disimpulkan bahwa Perencanaan Pajak, dan Profitabilitas memberikan pengaruh sebesar 54% terhadap nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan Food & Beverages di BEI

Dilihat dari tingkat signifikan sebesar 0.239 yang berarti > 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak belum mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan begitu penelitian ini mengharuskan untuk menolak H1 dan menerima H0. Penghindaran pajak menjadi salah satu bagian dari perencanaan pajak, sehingga pemilik perusahaan merasa khawatir akan adanya maksud atau tujuan lain yang sifatnya dapat menguntungkan pihak individu atau manajemen yang akan berakibat pada citra perusahaan jika diketahui publik nantinya. Perencanaan pajak yang dilakukan dengan tujuan seperti itu akan menyebabkan turunnya harga saham yang merupakan bagian dari nilai perusahaan itu sendiri.

Nilai koefisien yang bernilai negatif, yaitu -0.134 menunjukkan bahwa perencanaan pajak yang semakin tinggi justru mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin rendah. Selain dikarenakan oleh faktor yang telah disebutkan di atas, alasan lain yang menyebabkan nilai perusahaan rendah adalah semakin besarnya temuan antara laba komersial dengan laba fiskal perusahaan. Hal itulah yang menjadi dampak negatif bagi nilai perusahaan.

Perencanaan pajak adalah salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak dalam melakukan manajemen perpajakan usaha atau penghasilannya, namun perlu diperhatikan bahwa perencanaan pajak yang dimaksud adalah perencanaan pajak tanpa melakukan pelanggaran konstitusi atau Undang-Undang Perpajakan yang berlaku (Hanum & Muda, 2020). Perencanaan pajak adalah salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak dalam melakukan manajemen perpajakan usaha atau penghasilannya, namun perlu diperhatikan bahwa perencanaan pajak yang dimaksud adalah perencanaan pajak tanpa melakukan pelanggaran konstitusi atau Undang-Undang Perpajakan yang berlaku. Sebagai seorang manajer akan berupaya untuk memberikan hasil yang terbaik kepada pihak investor

dengan hasil yang baik tentunya baik bagi investor, pihak manajer juga akan memperoleh keuntungan diantaranya adalah kelangsungan dalam memimpin perusahaan tersebut. Dalam teori agen menjelaskan bahwa antara pihak manajer dan pihak principle mempunyai tanggung jawab dan kepentingan masing-masing. Dengan semakin baiknya nilai perusahaan juga akan memberikan sinyal positif terhadap para calon investor untuk menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan dalam investasi (Ritonga, 2017).

Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Tambahani et al., (2021) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak memiliki tidak pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Christiani et al., 2022) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI

Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0,756 yang lebih besar dari 0,05 dan dengan *koefisien regresi* sebesar 0.116 sehingga dapat dengan arah positif diartikan bahwa ukuran profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada dasarnya Semakin tinggi profitabilitas perusahaan berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan menghasilkan laba perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan laba bersih yang akan menyebabkan harga saham meningkat, yang berarti adanya kenaikan dalam nilai perusahaan (Aji & Atun, 2019). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Lubis et al., 2017), hal tersebut juga didukung oleh konsep dari *signalling theory* yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan akan diterima oleh kreditur maupun investor sebagai isyarat yang mencerminkan prospek perusahaan dalam aspek pemerolehan laba.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Khotimah, 2022) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Pandhega & Prasetiono, 2021) yang menyatakan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perencanaan Pajak dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI

Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh Perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Variabel Moderasi ETR (Z1) memperoleh nilai thitung sebesar 0.172 lebih kecil dari ttabel 2.01290 (thitung 0.172 < ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.863 lebih besar dari 0,05 (0.863 > 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh ETR dengan Nilai perusahaan.

Secara teori, Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan skala ekonomi dalam aktivitas perencanaan pajak. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dan dapat mengadopsi strategi perencanaan pajak yang lebih kompleks dan efektif. Dalam hal ini, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan memberikan keuntungan kompetitif yang lebih besar kepada perusahaan yang lebih besar (Zurriah, 2022).

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Perusahaan yang lebih besar sering memiliki lebih banyak pengaruh politik dan akses ke pembuat kebijakan perpajakan. Mereka mungkin dapat mempengaruhi kebijakan perpajakan melalui lobi dan advokasi, yang pada akhirnya dapat menghasilkan keuntungan perpajakan yang lebih besar. Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh strategi perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan melalui pengaruhnya pada perubahan kebijakan perpajakan yang menguntungkan. Berdasarkan terori tersebut erat kaitannya hubungan ukuran perusahaan dengan perencanaan pajak (Dewanta & Achmad, 2017).

Dilain sisi, terdapat beberapa alasan mengapa variabel Ukuran Perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh ETR dengan Nilai perusahaan yaitu, Menurut teori keuangan perusahaan, nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat pertumbuhan laba, struktur modal, risiko bisnis, dan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan fundamental perusahaan. ETR, di sisi lain, merupakan indikator efektivitas perpajakan dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tergantung pada tingkat pajak yang dikenakan oleh pemerintah dan kebijakan perpajakan yang berlaku. Faktor-faktor ini umumnya tidak berkaitan langsung dengan ukuran perusahaan.

Disamping itu, Penelitian empiris yang telah dilakukan pada hubungan antara ETR dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa pengaruh ETR terhadap nilai perusahaan cenderung bersifat langsung dan tidak dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Studi-studi tersebut menemukan bahwa ETR yang lebih rendah cenderung meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan ETR yang lebih tinggi cenderung menurunkan nilai perusahaan secara umum, tanpa mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai faktor penengah.

Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa setiap perusahaan dan industri dapat memiliki karakteristik yang berbeda, dan ada situasi di mana ukuran perusahaan dapat menjadi faktor penting dalam memoderasi hubungan antara ETR dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, dalam analisis spesifik dan konteks tertentu, dapat terjadi bahwa ukuran perusahaan memainkan peran moderasi yang lebih signifikan. Namun, secara umum, teori dan penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan jarang menjadi moderator dalam hubungan antara ETR dan nilai perusahaan (Dewanta & Achmad, 2017).

Profitabilitas dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Food & Beverages di BEI

Hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Moderasi ROA (Z2) memperoleh nilai thitung sebesar 2.416 lebih besar dari ttabel 2.01290 (thitung 2.416 > ttabel 2.01290) dan nilai signifikansi sebesar 0.016 lebih kecil dari 0,05 ($0.016 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan dapat memoderasi pengaruh ROA dengan Nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber dana internal untuk operasi perusahaannya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan membutuhkan biaya yang semakin besar untuk menjalankan aktivitas operasionalnya seperti biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan umum serta biaya pemeliharaan gedung, mesin, kendaraan dan peralatan sehingga akan mampu mengurangi profitabilitas perusahaan yang berdampak dengan menurunnya nilai perusahaan (PBV). Hal ini mengindikasikan bahwa akan direspon negatif oleh investor karena profitabilitas menurun sehingga harga saham perusahaan dan pada akhir nilai PBV juga mengalami penurunan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada *Perusahaan Food & Beverages* Yang Terdaftar di BEI, maka peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yaitu: Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh Perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI. Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food & Beverages* di BEI.

Implikasi dari penelitian ini: Peningkatan Perencanaan Pajak: Perencanaan pajak yang lebih baik berdampak positif pada nilai perusahaan, perusahaan dalam industri makanan dan minuman dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan praktik perencanaan pajak Perusahaan *Food & Beverages* di BEI. Perhatian terhadap Profitabilitas: Profitabilitas sangat memengaruhi nilai perusahaan, perusahaan dalam industri ini perlu fokus pada strategi yang meningkatkan profitabilitas perusahaan *Food & Beverages* di BEI. Pentingnya Ukuran Perusahaan: Ukuran perusahaan terbukti memoderasi hubungan antara faktor-faktor ini, perusahaan mungkin perlu mempertimbangkan strategi yang sesuai dengan ukuran perusahaan *Food & Beverages* di BEI untuk mengoptimalkan nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel independen lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi mengenai nilai perusahaan serta penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sektor perusahaan lainnya dalam mengidentifikasi nilai perusahaan dan menambah periode waktu penelitian. Bagi perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman diharapkan lebih meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, sehingga para investor dapat melakukan investasi terhadap perusahaan sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan perencanaan pajak.

REFERENCE

- Ammy, B., & Hasibuan, J. S. (2021). The Influence of Current Ratio and Debt to Equity Ratio on Return On Assets In construction and building companies listed on the Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences*, 1(1), 117–128.
- Dewanata, P., & Achmad, T. (2016). *Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Fahdiansyah, R., Qudsi, J., & Bachtiar, A. (2018). Struktur Kepemilikan Dan Nilai Perusahaan:(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Varian*, 1(2), 41–49.
- Franita, R. (2016). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Managerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal Mediasi*, 5(02).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit UNDIP.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

- Hanum, Z., & Muda, I. (2020). Effect of Tax Planning on Profit Management in Registered Food and Beverage Sub Sector Manufacturing Companies On the Indonesia Stock Exchange. *Junior Scientific Researcher*, 6(1), 48–57.
- Januri, J., & Kartika, S. I. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 907–915.
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (1991). Multivariate data analysis. In *TrAC Trends in Analytical Chemistry* (Vol. 10, Issue 7). [https://doi.org/10.1016/0165-9936\(91\)83004-v](https://doi.org/10.1016/0165-9936(91)83004-v)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Yuliem, M. L. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sektor Non Keuangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2015. *Calyptra*, 7(1), 520–540.
- Zurriah, R. (2022). Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 237–247.