PENGARUH LEVERAGE, TAX AVOIDANCE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER NON CYCLICALS DI BURSA EFEK INDONESIA)

Johan Julianta Bintang[1], Anggiat Situngkir[2], Ilham Hidayah Napitupulu[3], Raya Puspita Sari Hasibuan[4]

[1,2,3,4]Politeknik Negeri Medan

Email: johanjuliantabintang@students.polmed.ac.id[1], anggiatsitungkir@polmed.ac.id[2]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, tax avoidance, dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini meruakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan Perusahaan sektor consumer non cyicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 34 sampel dari 128 perusahaan yang menjadi populasi penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda melalui software SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel leverage dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Leverage, Tax Avoidance, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan.

Abstract

This study aims to examine the effect of leverage, tax avoidance, and profitability on Firm Value. This research is quantitative research. The data used in this study are secondary data in the form of annual financial reports of consumer non cyicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023. The sampling method in this study used purposive sampling, so that 34 samples were obtained from 128 companies that became the study population. The test was carried out using multiple linear regression analysis through SPSS Version 25 software. The results of this study indicate that the tax avoidance variable has no effect on firm value while the leverage and profitability variables affect firm value.

***Keywords**: Leverage, Tax Avoidance, Profitability, and Firm Value.*

A. PENDAHULUAN

Setiap Perusahaan tentu menginginkan keberhasilan atas bisnis yang dijalankannya. Menurut Rudangga & Sudiarta (2016) perusahaan yang digerakkan oleh laba memiliki visi untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan jaminan kesejahteraan kepada pemilik dan pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu prestasi yang sesuai dengan keinginan pemilik, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga terhadap prospeknya di masa

depan. Kondisi ini dapat digambarkan dengan makin meningkatnya harga saham perusahaan pada pasar modal. Menurut Meilany & Hidayati (2020) ketika harga saham perusahaan naik, nilai perusahaan naik, dan sebaliknya.

Adapun kasus yang berkaitan dengan nilai perusahaan yaitu pada Perusahaan Lippo Grup Tahun 2018. Nilai pasar Lippo Group menurun sebesar 1,43 triliun selama sepekan setelah KPK menangkap salah satu petinggi proyek Meikarta. Sebanyak sembilan dari total 15 emiten Lippo Group yang sahamnya tercatat di BEI mengalami penurunan. Penurunan saham terbesar dialami oleh induk usaha Meikarta yaitu PT Lippo Cikarang Tbk (LPCK) sebesar 20%, kemudian PT Multipolar Technology Tbk (MLPT) 15,73%, dan induk media Grup Berita Satu yaitu PT Star Pacific Tbk (LPLI) sebesar 12%. Karena harga saham mengalami penurunan, maka membuat nilai pasar per emiten juga turun pada periode yang sama (cnbcindonesia.com, 2018). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan faktor penentu yang sangat penting dan digunakan calon investor dalam memutuskan untuk menanamkan modal ke sebuah Perusahaan sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk terus berupaya meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan memaksimalkan laba perusahaan. Investor sering kali mengukur nilai perusahaan berdasarkan potensi profitabilitasnya. Profitabilitas merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang dimilikinya. Hal ini mencerminkan seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba dan nilai bagi para pemegang saham. Perusahaan yang memiliki rekam jejak laba yang kuat lebih menarik minat investor, yang pada gilirannya dapat meningkatkan permintaan saham dan nilai pasar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Alamsyah (2017) membuktikan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Investment* (ROI) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Adanya pengaruh positif signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat disebabkan karena sentimen positif pelaku pasar (investor) ketika membeli saham dikarenakan investor melihat terjadi kenaikan laba bersih perusahaan sepanjang tahun pengamatan, sehingga karena hal tersebut investor menilai kinerja perusahaan sangat baik. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Pramudia & Fuadati (2020) dan Dhani & Utama (2017) yang menerangkan bahwasanya profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Savitri dkk (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besar ataupun kecilnya laba yang diperoleh oleh perusahaan tidak berpengaruh kepada nilai perusahaan. Rasio keuangan yang mengukur profitabilitas tidak dapat dijadikan acuan sepenuhnya dalam menilai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai Perusahaan

Dalam upaya peningkatan nilai yang dimiliki perusahaan juga akan berpengaruh ke faktor lainnya yaitu pajak. Pajak dapat didefinisikan sebagai pungutan atau iuran wajib yang dibayarkan individu atau perusahaan terhadap suatu daerah tanpa adanya imbalan secara langsung. Pajak juga merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara (Lestari, 2014). Namun, dari sudut pandang perusahaan, pajak dapat dilihat sebagai beban yang akan mengurangi laba yang diperoleh sehingga sebisa mungkin perusahaan membayar pajak serendah mungkin. Adanya perbedaan sudut pandang antara pemerintah dan perusahaan tersebut menjadi motivasi bagi perusahaan untuk melakukan berbagai cara dalam rangka meningkatkan laba bersih, salah satunya menggunakan praktik manajemen pajak. *Tax avoidance* (penghindaran pajak) dapat diartikan sebagai penggunaan celah hukum perpajakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan cara mengurangi pembayaran pajak perusahaan secara signifikan (Ferry Irawan, 2020*)*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risna dan Haryono menunjukkan *tax avoidance* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman dikarenakan jika manajer melakukan penghindaran pajak secara optimal dan investor memiliki kepercayaan terhadap pajak akan menghasilkan keuntungan yang nantinya dapat meningkatkan loyalitas perusahaan sehingga dapat diindikasikan nilai perusahaan akan meningkat (Risna dan Haryono, 2023). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Ningtias Ayu (2015) bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini dikarenakan untuk melakukan penghindaran pajak sendiri memiliki risiko yang cukup tinggi seperti kehilangan reputasi, ancaman hukuman maupun denda yang harus dibayarkan kepada otoritas pajak apabila tindakannya terungkap, selain itu biaya-biaya yang diperlukan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak juga perlu dipertimbangkan (Napitupulu dkk, 2020).

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *Leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. Struktur utang atau *Leverage* adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap), berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sjahrial, 2009). *Leverage* dapat diukur dengan menggunakan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*).

Penelitian yang menemukan pengaruh signifikan *Leverage* terhadap nilai perusahaan, seperti yang dilakukan oleh Novarianto (2019), menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, *Leverage* dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya secara finansial jika dilikuidasi. *Leverage* juga dapat membantu perusahaan meningkatkan nilainya dengan meningkatkan hutang untuk tujuan bisnis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitasnya. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Dharmaputra dkk. (2022) menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan *Leverage* yang tinggi dapat meningkatkan biaya bunga pinjaman yang harus dibayar perusahaan, sehingga mengurangi laba perusahaan dan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan (Dharmaputra dkk, 2022).

Adanya temuan inkonsistensi hasil penelitian dan fenomena yang diakibatkan oleh nilai perusahaan menjadi daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh dari ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dengan rentang periode tahun 2019 – 2023. Pemilihan sampel ini dilakukan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling dominan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan sangat sensitif terhadap perubahan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di masa depan. Selain itu, perusahaan manufaktur sektor *consumer non cylicals* adalah sektor usaha yang berkaitan erat dengan masyarakat karena kegiatannya yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen untuk barang yang sifatnya adalah mendasar. Sehubungan dengan latar belakang di atas, penulis tertarik membuat penelitian yang berjudul "Pengaruh *Leverage*, *Tax Avoidance*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan *Consumer Non Cyclicals* Di Bursa Efek Indonesia)".

B. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Agency Theory

Teori Agensi *(Agency Theory)* merupakan teori yang menjelaskan hubungan yang terjadi antara pihak manajemen perusahaan sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal. Prinsipal adalah pemegang saham, sedangkan yang dimaksud dengan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan (Susanti, 2010). Namun dalam praktiknya adalah kecenderungan pihak agen yaitu manajemen melakukan tindakan curang agar laporan pertanggungjawaban yang sajikan baik dan akan memberikan keuntungan pada pihak prinsipal, sehingga kinerja yang dilakukan agen terlihat baik.

Berdasarkan hal tersebut maka teori keagenan memiliki hubungan terhadap tindakan manajemen pajak yang dilakukan perusahaan, dimana keadaan tersebut disebabkan oleh perbedaan kepentingan yang disebabkan oleh asimetri informasi antara prinsipal dan agen. Dari asimetris informasi tersebut, perusahaan melalui manajemen akan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Mulai dari memberikan kepemilikan saham pada manajer agar terbentuk kepemilikan manajerial, dan membuat kebijakan pajak untuk memaksimalkan laba perusahaan. Meskipun teori keagenan menggambarkan konflik kepentingan antara manajemen *(agent)* dan pemilik *(principal),* pendekatan teori keagenan juga menunjukkan bahwa kontrak antara manajemen dan pemilik harus disusun dengan baik untuk mengurangi konflik kepentingan dan memperkuat nilai perusahaan.

Signaling Theory

Teori sinyal (*signalling theory*) digagas oleh Spence pada Tahun 1973 dalam model keseimbangan sinyal (*Basic Equilibrium Signaling Model*). Teori ini menjelaskan bahwa ketika pihak pemilik informasi berusaha memberikan sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang dapat bermanfaat dan bermanfaat bagi pihak penerima sinyal, teori ini menciptakan kriteria sinyal untuk meningkatkan kekuatan pengambilan keputusan. Menurut teori sinyal, manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih lengkap dan akurat tentang hal-hal yang mempengaruhi nilai perusahaan di pasar modal dibandingkan dengan pihak luar, seperti investor. Perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor untuk membuat keputusan investasi dengan memberikan pemberitahuan. Jika pemberitahuan tersebut diterima dengan baik, perusahaan mengharapkan pasar bereaksi pada

saat pemberitahuan tersebut, sehingga pasar dapat menerimanya dan meningkatkan nilai perusahaan. Kenaikan dalam nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kondisi terkini perusahaan untuk memaksimalkan nilai saham perusahaan (Oktavia & Fitria, 2019). Dalam manajemen pajak, hubungan teori sinyal dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi informasi kepada pihak eksternal, seperti investor, mengenai kegiatan *tax avoidance* perusahaan. Hal ini akan membantu memperbaiki reputasi perusahaan dan memperjelas tindakan manajemen pajak yang dilakukan perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai harga jual atau nilai perusahaan yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli untuk mendapatkan perusahaan saat perusahaan akan dijual (Sriastutik & Priyadi, 2017). Menurut Astakoni & Wardita (2020), nilai perusahaan adalah harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap lembar saham perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan adalah salah satu aspek yang dilihat oleh investor, karena harga saham selalu dikaitkan dengan tingkat keberhasilan perusahaan. Investor melihat nilai perusahaan sebagai salah satu hal; harga yang harus dibayar investor saat perusahaan dijual dan ditawarkan ke publik adalah nilai perusahaan (Amalia & Wahidahwati, 2021).

Leverage

Menurut Fahmi (2013) mengemukakan *Leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang, artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Menurut Brealey dkk, yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran M.M (2007:75), rasio *Leverage* menunjukkan seberapa besar risiko keuangan yang ditanggung oleh suatu perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa utang meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham pada masa-masa yang menguntungkan dan menurunkan pada masa-masa yang tidak menguntungkan.

Tax Avoidance

Pajak adalah komponen penting dari keuangan pribadi dan bisnis. Setiap warga negara dan perusahaan diwajibkan untuk membayar pajak sesuai dengan regulasi undang-undang.

Untuk meminimalkan beban pajak secara legal dan sesuai aturan, diperlukan *tax avoidance* yang efektif. Pohan (2013: 23) menggambarkan *tax avoidance* sebagai salah satu upaya perlawanan pajak aktif, yang mencakup semua usaha dan tindakan yang secara langsung ditujukan kepada fiskus dan bertujuan untuk menghindari pajak. Untuk menurunkan jumlah pajak yang terutang, metode dan teknik yang digunakan memanfaatkan area gelap atau kelemahan dalam undang-undang dan peraturan perpajakan. Perbandingan antara kas yang dikeluarkan untuk biaya pajak dengan laba sebelum pajak (*Cash Effective Tax Rate*/CETR) dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengurangan pajak (Dryeng dkk, 2010). *Tax avoidance* dilakukan dengan cara-cara atau strategi perencanaan pajak dan memanfaatkan celah atau kelemahan ketentuan perpajakan. Salah satu cara untuk menghindari pajak adalah dengan mempercepat periode depresiasi (penyusutan) sehingga memperoleh nilai penyusutan yang besar. Penyusutan dalam laporan keuangan adalah salah satu elemen yang mengurangi penghasilan atau laba usaha yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak.

Profitabilitas

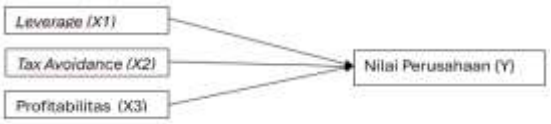
Profit dari kegiatan operasi suatu perusahaan merupakan salah satu unsur penting bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan di waktu yang akan dating. Kemampuan berdaya saing di pasar merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur keberhasilan suatu perusahan. Investor mengetahui dengan pasti berapa keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, sehingga jika mereka menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut maka mereka akan mengetahui keuntungan yang akan datang.

Menurut Lumoly dkk. (2018) profitabilitas merupakan kemampuan besarnya keuntungan bersih yang dapat diperoleh suatu perusahaan ketika beroperasi selama periode tertentu. Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntingan baik berdasarkan total aset, total modal ataupun total pembelian (Aulia dkk, 2020). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, tanpa adanya keuntungan sangat sulit untuk menerik para investor (Rahayu & Sari, 2018).

Kerangka Berpikir dan Pengembangan Hipotesis

Kerangka berpikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diindentifikasikan atau dirumuskan. Kerangka berfikir juga diartikan sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage* (X1), *tax avoidance* (X2), Profitabilitas (X3), terhadap nilai perusahaan (Y). Adapun Kerangka berpikir yang akan dilakukan oleh peneliti digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah penelitian. Hipotesis hanya disusun dengan cara penelitian inferensial, yaitu penelitian kuantitatif yang ditujukan untuk pengujian. Ditinjau dalam hubungannya dengan variabel penelitian, hipotesis merupakan pernyataan tentang keterkaitan antara variabel-variabel (hubungan atau perbedaan antara dua variabel atau lebih).

H_1: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_2 : *Tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

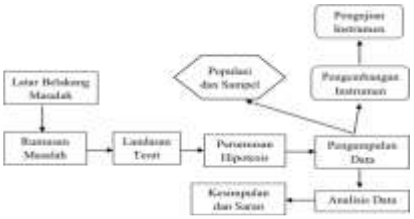
C. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa efek Indonesia dalam periode 2019-2023.

Alur Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun alur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* (daring) pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Januari 2024 sampai dengan selesai.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2021), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yang akan digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Operasionalisasi Variabel

operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2021) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen.

***Leverage* (X_1)**

Leverage adalah penggunaan dana yang bersumber dari utang, baik untuk meningkatkan keuntungan melalui investasi atau pembelian aset perusahaan. Meskipun *leverage* dapat membantu perusahaan mendapatkan modal untuk pengadaan aset dan ekspansi bisnis dalam jangka waktu tertentu, *leverage* juga memiliki manfaat dalam meningkatkan potensi keuntungan perusahaan, tetapi juga memiliki risiko yang tinggi karena dapat meningkatkan biaya yang harus dibayarkan dan mengancam keamanan perusahaan.

Tax Avoidance (X_2)

Tax avoidance adalah tindakan yang legal untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar dan mengakses kewangan setelah pajak. Strategi *tax avoidance* mencakup manipulasi waktu pembayaran pajak, pilihan rancangan simpanan persaraan, dan investasi yang sesuai dengan tahun ini dan tahun yang akan datang. *Tax avoidance* menggunakan strategi yang diperbolehkan oleh undang-undang, seperti menggunakan deduksi pajak dan investasi yang sesuai, untuk mengurangi beban pajak. Dalam penelitian ini *tax avoidance* dihitung dengan menggunakan proksi CETR (Current Effective Tax Rate*).* Penggunaan CETR ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara lengkap mengenai beban pajak sesuai periode berjalan.

Profitabilitas (X_3)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba dalam suatu periode akuntansi, yang diukur dengan rasio profitabilitas. Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan total aset dan ekuitas yang digunakan dalam periode tertentu. Penilaian profitabilitas diperlukan untuk menilai efektivitas pengelolaan perusahaan, menghitung pemasukan laba, menghitung kemampuan perusahaan dalam mengembangkan modal, dan menilai posisi laba perusahaan pada periode sebelumnya.

Nilai Perusahaan (Y)

Variabel dependen (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *firm value* atau nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor. Pada penelitian ini rasio yang digunakan dalam menghitung nilai perusahaan menggunakan PBV (*Price to Book Value*).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Pengukuran	Skala
1	*Leverage*	DER = $\frac{\textbf{Total Utang}}{\textbf{Total Modal}}$	Rasio

2	*Tax avoidance*	CETR =	$\frac{\textbf{Pembayaran Pajak}}{\textbf{Laba sebelum pajak}}$	Rasio
3	Profitabilitas	NPM =	$\frac{\textbf{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\textbf{Penjualan}}$	Rasio
4	Nilai Perusahaan	PBV =	$\frac{\textbf{Harga Saham Saat ini}}{\textbf{Nilai Buku per Lembar Saham}}$	Rasio

Sumber : Data diolah (2024)

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada jumlah individu atau entitas dalam suatu kelompok atau daerah tertentu pada suatu waktu tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2019-2023. Jumlah perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di BEI selama periode tersebut adalah 128 Perusahaan.

Sampel

Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling* yaitu *purposive sampling,* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 34 perusahaan dengan periode 5 tahun (2019-2023) sehingga total sampel menjadi 1 sampel. Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Jumlah Perusahaan sektor Consumer Non Cylicals yang yang terdaftar di BEI Tahun 2023	128
2	Perusahaan yang tidak melakukan pelaporan keuangan ke Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.	(57)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian	(37)

4.	Perusahaan sektor *Consumer Non Cylicals* yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.	(1)
	Jumlah Perusahaan	34

Sumber : Data diolah (2024)

Jenis dan sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, seperti buku, situs, atau dokumen lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan yang telah diaudit dan dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode studi pustaka. Dikarenakan data sekunder adalah yang diperlukan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumenter. Metode ini mengumpulkan data sekunder berdasarkan laporan keuangan periode 2019–2023 dari Bursa Efek Indonesia, yang dapat diakses di www.idx.co.id.

Teknik Pengolahan Data

Menurut Sugiyono (2021) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Metode analisis linear berganda digunakan dalam penelitian ini dan penelitian ini menggunakan Program IBM *Statistical Package for Social Sciences*, atau SPSS, versi 25

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan dan Pengolahan Data

Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cylicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2023. Selama periode penelitian terdapat 128 perusahaan yang menjadi populasi dan terpilih sampel sebanyak 34 Perusahaan.

Pengolahan Data

Menurut Sugiyono (2021) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Metode analisis linear berganda digunakan dalam penelitian ini dan penelitian ini menggunakan Program IBM *Statistical Package for Social Sciences*, atau SPSS, versi 25.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah alat uji yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu data dan dilihat dari *(mean),* standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2018). Dari statistik deskriptif tersebut, variabel yang terdapat dalam penelitian dapat dijelaskan. Dan alur, statistik deskriptif dapat menggambarkan ukuran-ukuran nomor yang penting bagi data sampel, sehingga secara konseptual dapat lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

Tabel 4. 1 Analisis Statistika Deskriptif

Keterangan	Tahun	*Leverage*	*Tax Avoidance*	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
MIN	2019	0.13	0.13	0.00	0.15
	2020	0.13	0.07	0.00	0.15
	2021	0.12	0.11	0.00	0.20
	2022	0.11	0.02	0.01	0.16
	2023	0.10	0.11	0.00	0.45
MAX	2019	4.23	0.92	0.38	60.67
	2020	4.08	0.64	0.23	56.79
	2021	4.09	0.47	0.29	36.28
	2022	0.11	0.02	0.01	0.16
	2023	4.90	0.81	0.32	39.83
MEAN	2019	1.03	0.31	0.08	4.89
	2020	1.03	0.23	0.09	4.26
	2021	0.98	0.23	0.10	3.41

	2022	1.05	0.23	0.10	4.00
	2023	1.03	0.25	0.10	3.65

Sumber : Data diolah (2024)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari empat pengujian yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada perusahaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas setelah transform data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES_2
N		170
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000
	Std. Deviation	.52920
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.047
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Pengolahan data mengggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.4 diatas hasil uji K-S *leverage, tax avoidance,* profitabilitas dan nilai perusahaan memiliki nilai *Asym Sig.* (2-tailed) sebesar 0.097 (lebih besar dari 0,05) sehingga variabel independen dan dependen dapat dikatakan normal. Standar *Deviation* yaitu normal dan menunjukkan data berjumlah 0.52920.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan kriteria pengambilan keputusan: Jika nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10 dan nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10, dapat dikatakan model regresi menunjukan adanya masalah multikolinearitas (Ghozali, 2018). Adapun hasil uji multikolinearitas yaitu:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolineraritas

Coefficients[a]

Model		*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	VIF
1	X1_*Leverage*	.867	1.153
	X2_*Tax Avoidance*	.943	1.060
	X3_Pofitabilitas	.835	1.198

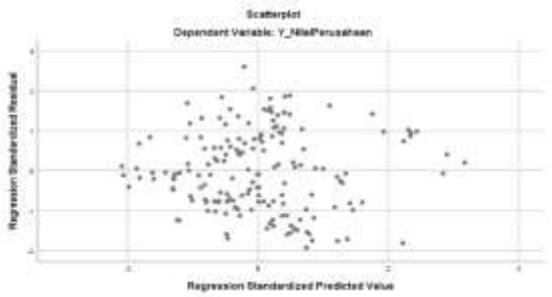
a. *Dependent Variable*: Nilai Perusahaan

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 (2024)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel *leverage, tax avoidance*, dan profitablitas sebesar 1.153; 1.060; 1.198 < 10,00. Berdasarkan nilai di atas, dapat disimpulkan model regresi pada variabel independen penelitian ini bebas dari gejala multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain (Ghozali, 2016). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Hasil analisis uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatter plot ditunjukkan pada tabel berikut ini :



Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 4.3 grafik *scatterplot* dapat dilihat bahwa hasil grafik *scatterplot* menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi linear terdapat korelasi antara variabel pada periode tertentu dengan variabel-variabel sebelumnya. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat masalah autokorelasi.

Asumsi autokorelasi hanya diujikan pada data yang bersifat time series atau data cross-sectional yang memiliki pola urutan yang baku antar pengamatan. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Watson. Uji Durbin watson akan menghasilkan nilai Durbin Watson (DW) yang nantinya akan dibandingkan dengan dua (2) nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Upper (D_U) dan Durbin Lower (D_L). Dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai DW > D_U dan (4-DW) > D_U atau bisa dinotasikan juga sebagai berikut : (4-DW) > D_U < DW. Berikut merupakan hasil data autokorelasi :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.530[a]	.281	.268	.53396	1.929

a. Predictors: (Constant), X3_Profitabiitas, X2_Tax Avoidance, X1_Leverage

b. Dependent Variable: Y_Nilai Perusahaan

Sumber : Pengolahan Data menggunakan SPSS Versi 25 (2024)

Berdasarkan tabel Distribusi Durbin Watson yang terdapat pada ketentuan SPSS, dengan (k ; n) = (3 ; 170) didapatkan nilai d_L = 1.7134 dan D_U = 1.7851, sedangkan nilai Durbin-Watson (DW) model regresi adalah sebesar 1,929. Berarti nilai Durbin Watson (DW) regresi memenuhi nilai DW > D_U dan (4-DW) > D_U atau dapat dinotasikan dengan (4-1.929) > 1.7851 < 1.929 sehingga dinyatakan tidak terdapat autokorelasi pada masing-masing variabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan pada *software SPSS* v.25, maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.193	.249		.774	.440
	X1_Leverage	.727	.125	.411	5.818	.000
	X2_Tax Avoidance	-.363	.668	-.037	-.544	.587
	X3_Profitabiitas	2.623	.373	.507	7.039	.000

a. Dependent Variable: Y_NilaiPerusahaan

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 (2024)

Berdasarkan *output* SPPS tersebut, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Y = 0,193 + (0,727)X1 + (-0,363)X2 + (2,623)X3 + *e*

Model tersebut menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 0,193. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi *leverage*

(X1), *tax avoidance* (X2), dan profitabilitas (X3) bernilai 0 % atau tidak mengalami perubahan, maka nilai perusahaan adalah 0,193.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel *leverage* (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,727. Hal ini menunjukkan jika *leverage* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,727 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif tersebut menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel *tax avoidance* (X2) yaitu sebesar -0,363. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *tax avoidance* dan nilai perusahaan. Hal ini artinya jika variabel *tax avoidance* mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka sebaliknya variabel *tax avoidance* akan mengalami penurunan sebesar 0,583. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel profitabilitas (X3) memiliki nilai positif sebesar 2,623. Hal ini menunjukkan jika profitabilitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 2,623 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel Coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016) :

1 Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan Ha ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variaben dependen.

2 Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun hasil uji T terhadap data penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Hasil Uji T (parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.193	.249		.774	.440
	X1_Leverage	.727	.125	.411	5.818	.000
	X2_Tax Avoidance	-.363	.668	-.037	-.544	.587
	X3_Profitabiitas	2.623	.373	.507	7.039	.000

a. Dependent Variable: Y_NilaiPerusahaan

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 (2024)

Df *(Degree of Freedom)* = **n - k**

Dimana **n** adalah jumlah sampel (dalam penelitian ini 135 sampel). Dan **k** adalah jumlah variabel bebas (dalam penelitian ini ada 3 variabel independen). Sehingga *degree of freedom* untuk penelitian ini adalah 135-3 = 132.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel tersebut dapat disajikan penjelasan atau hasil interpretasi pengujian hipotesis (H1, H2, H3) sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu *Leverage* (X1), dengan nilai t hitung sebesar 5.818 > t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu *Tax Avoidance* (X2), dengan nilai t hitung sebesar -0.554 diubah ke dalam nilai absolut menjadi 0.554 < t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.587 > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Tax Avoidance* (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas (X3), dengan nilai t hitung sebesar 7.039 > t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. R^2 adalah ukuran pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara partial, yang dapat dilihat melalui nilai R^2 pada tabel *Model Summary*. Nilai R^2 berada antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih besar mengindikasikan lebih besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hasil uji koefisien Determinasi sebagai berikut :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.530[a]	.281	.268	.53396	1.929

a. Predictors: (Constant), X3_Profitabiitas, X2_Tax Avoidance, X1_Leverage

b. Dependent Variable: Y_Nilai Perusahaan

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25 (2024)

Berdasarkan tabel pengujian tersebut, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted* R *Square* sebesar 0,268 yang berarti 26,8% dan hal ini menyatakan *Leverage, Tax Avoidance*, dan Profitabilitas sebesar 26,8% untuk mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan. Selanjutnya selisih dari 100% - 26,8% = 73,2%. Hal ini menunjukkan 73,2% tersebut adalah variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini namun berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel *leverage* (X1) terhadap nilai perusahaan memiliki dengan nilai t hitung sebesar 5.818 > t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.000 > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). *Leverage* dalam penelitian ini adalah rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola hutangnya sehingga dapat memperoleh keuntungan serta dapat melunasi kembali hutang tersebut.

Hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan menggunakan teori sinyal. Menurut teori sinyal, *leverage* dapat bertindak sebagai sinyal kepada investor

tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola utang. *Leverage* yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bahwa suatu perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi dan mudah membayar utang. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan karena investor lebih percaya pada perusahaan yang memiliki utang tinggi.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan kata lain, tingkat *leverage* atau utang yang dimiliki perusahaan mempengaruhi nilainya. Hasil ini menunjukkan bahwa bisnis yang dijalankan perusahaan lebih cenderung menggunakan utang daripada modal sendiri (*internal financing)* dengan laba ditahan untuk mendanai aktivitasnya. Dengan menggunakan utang, perusahaan dapat meningkatkan nilainya dengan meningkatkan pendapatannya. Ini karena utang dapat digunakan untuk meningkatkan investasi dan operasional bisnis, meningkatkan pendapatan dan kemudian nilai perusahaan. Ketika perusahaan memutuskan untuk mengambil utang, terutama dalam jumlah yang signifikan, ini dapat dianggap sebagai sinyal positif oleh pasar. Manajemen percaya karena adanya prospek masa depan perusahaan kuat dan akan mampu menghasilkan arus kas yang cukup untuk membayar kembali utang tersebut sehingga memutuskan untuk mengambil utang (*external financing).*

Hasil penelitian ini sejalan dengan data pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian yaitu PT PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company, Tbk (ULTJ) ditahun 2019-2023 memiliki nilai *leverage* yang diproksikan dengan DER sebesar 0,17, 0,83, 0,44, 0,27, dan 0,13 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 3,09, 3,48, 3,18, 2,63, dan 2,49. contoh lainnya ada pada PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP) tahun 2019-2023 memiliki nilai *leverage* yang diproksikan dengan DER sebesar 0,20, 0,18, 0,16, 0,14, dan 0,10 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 1,19, 1,01, 0,79, 0,63, dan 0,53. Kedua contoh perusahaan tersebut menunjukkan bahwa nilai *leverage* yang naik memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfarisi (2020) dan Novrianto (2019) yang menunjukkan hasil dimana ditemukan pengaruh positif yang terjadi antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Disisi lain ditemukan perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Sari dkk. (2023), Santoso & Junaeni (2020) dan Anni'mah & Susanti (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel *tax avoidance* (X2) terhadap nilai perusahaan dengan nilai t hitung sebesar -0.554 diubah ke dalam nilai absolut menjadi 0.554 < t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.587 > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Adapun *tax avoidance* dalam penelitian ini adalah mengacu pada strategi dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak mereka secara legal dengan memanfaatkan celah hukum pajak seperti menggunakan kredit pajak, pengurangan pajak, atau pemotongan pajak yang diperoleh dari aktivitas atau transaksi tertentu atau bahkan juga bisa melibatkan manipulasi laporan keuangan untuk menampilkan pendapatan yang lebih rendah atau biaya yang lebih tinggi dengan tujuan mengurangi basis pajak.

Hubungan antara *tax avoidance* (penghindaran pajak) dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui Teori Sinyal (*Signaling Theory*). Teori Sinyal mengatakan bahwa sinyal yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan investor dan publik. Menurut teori sinyal, *tax avoidance* menjadi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan dalam pasar yang efisien, informasi tentang penghindaran pajak oleh perusahaan sudah diketahui oleh investor dan sudah tercermin dalam harga saham perusahaan. Pasar yang efisien memastikan bahwa harga saham mencerminkan semua informasi yang tersedia, termasuk strategi penghindaran pajak. Oleh karena itu, tidak ada kejutan atau perubahan signifikan pada nilai perusahaan ketika informasi ini sudah diantisipasi. Penjelasan lain tentang mengapa *tax avoidance* tidak memilik pengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan berdasarkan konsep teori sinyal yaitu investor sering kali lebih fokus pada sinyal lain yang lebih langsung berkaitan dengan kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan, seperti inovasi produk, ekspansi pasar, atau pengumuman kemitraan strategis. Sinyal dari aktivitas ini biasanya lebih jelas dan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap penilaian investor dibandingkan dengan penghindaran pajak, yang mungkin hanya dilihat sebagai taktik jangka pendek oleh investor.

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *tax avoidance* yang diukur menggunakan CETR (*Cash Effective Tax Rasio*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini berarti meskipun ada indikasi bahwa penghindaran pajak dilakukan pada perusahaan, menunjukkan *tax avoidance* tersebut tidak perngaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan data pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian yaitu PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT) ditahun 2019-2023 memiliki nilai *tax avoidance* yang diproksikan dengan CETR sebesar 0,17, 0,18, 0,19, 0,21, dan 0,21 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 5,31, 4,35, 5,35, 9,59, dan 7,75 . Contoh lainnya ada pada PT GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) tahun 2019-2023 memiliki nilai tax *avoidance* yang diproksikan dengan CETR sebesar 0,25, 0,28, 0,22, 0,23, dan 0,23 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 2,20, 1,43, 1,27, 1,16 dan 0,81. Contoh tersebut menunjukkan bahwa nilai *tax avoidance* tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astrid Rudyanto dan Kashan Pirzada (2020) yang menggunakan data dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menemukan bahwa penghindaran pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ditemukan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias dan Putri Ayu (2015), serta Ilmani dan Sutrisno (2013) yang menunjukkan bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Disisi lain hasil penelitian yang dilakukan oleh Risna dan Haryono (2023), dan Mappadang (2019) menunjukkan hasil yang berbeda dimana ditemukan pengaruh positif antara *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel profitabilitas (X3), dengan nilai t hitung sebesar 7.039 > t tabel 1.65403 dan nilai signifikansi (Sig.) 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (X3) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Profitabilitas dalam penelitian ini yaitu kemampuan besarnya keuntungan bersih yang dapat diperoleh suatu perusahaan ketika beroperasi selama periode tertentu.

Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dijelaskan secara mendalam melalui Teori Agensi *(Agency Theory)*. Dalam konteks Teori Agensi, hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme seperti melalui insentif manajemen. Untuk menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemilik, sering kali digunakan insentif berbasis kinerja seperti bonus dan opsi saham. Profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal bahwa insentif tersebut efektif, sehingga manajemen termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan, pada gilirannya, nilai perusahaan.

Disisi lain profitabilitas yang tinggi dan laporan keuangan yang transparan dapat mengurangi biaya agensi dengan meningkatkan kepercayaan antara pemilik dan manajemen. Dengan kepercayaan yang lebih tinggi, pemilik mungkin merasa lebih nyaman menginvestasikan lebih banyak modal ke dalam perusahaan, yang bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Koefisien untuk variabel profitabilitas (*Net Profit Margin*) dalam penelitian ini ditemukan positif dan signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa peningkatan dalam *Net Profit Margin* (NPM) berhubungan dengan peningkatan dalam *Price to Book Value* (Nilai Perusahaan). Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki nilai harga saham yang lebih tinggi. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengelola biaya dengan baik dan menghasilkan laba yang lebih besar. Ini menunjukkan efisiensi operasional dan manajemen yang baik, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pemegang saham. Selain itu Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih menarik bagi investor. Investor tentu mencari perusahaan dengan laba yang konsisten dan meningkat, karena ini menunjukkan potensi pengembalian investasi yang lebih tinggi. Permintaan saham yang lebih tinggi akan meningkatkan harga saham dan nilai pasar perusahaan. Disisi lain juga apabila profitabilitas tinggi ini akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen kepada pemegang saham dan dividen yang konsisten serta meningkat adalah sinyal positif bagi investor, yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan data pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian yaitu PT H.M. Sampoerna Tbk (HMSP) ditahun 2019-2023 memiliki nilai profitabilitas yang diproksikan dengan NPM sebesar 0,13, 0,16, 0,14, 0,09, dan 0,12 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 6,19, 5,35, 3,85, 3,47, dan 3,48. contoh lainnya ada pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) tahun 2019-2023 memiliki nilai profitabilitas yang diproksikan dengan NPM sebesar 0,04, 0,03, 0,06, 0,05, 0,05 sedangkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebesar 2,92, 2,66, 3,09, 2,28, dan 2,38. Kedua contoh tersebut menunjukkan bahwa nilai profitabilitas yang tinggi maka nilai perusahaan akan tinggi pula.

hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadya Shita Pramudia dan Siti Rokhmi Fuadati (2020), Dhani dan Utama (2017) yang menerangkan bahwasanya profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan Savitri dkk. (2021) dan

Mercyana dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Leverage tidak berpengaruh dan tidak signifikan mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor Consumer Non Cylicals yang terdapat d Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Tax Avoidance berpengaruh negatif dan tidak signifikan mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor Consumer Non Cylicals yang terdapat d Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Profitabilitas berpengaruh positif dan signiffikan mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor Consumer Non Cylicals yang terdapat d Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023

DAFTAR PUSTAKA

Astakoni, I. M. P., & Wardita, I. W. (2020). Keputusan Investasi, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi,* 19(1), 10-23.

Novita, H., Samosir, R. C., Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020. Akurasi: *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 77-86.

Napitupulu, I. H., Situngkir, A., & Arfanni, C. (2020). Pengaruh transfer pricing dan profitabilitas terhadap tax avoidance. *Kajian Akuntansi*, *21*(2), 126-141.

Rudyanto, A., & Pirzada, K. (2021). The role of sustainability reporting in shareholder perception of tax avoidance. *Social Responsibility Journal*, *17*(5), 669-685.

Sari, S. W. H. P., Layli, M., Marsuking, M., Wibisono, D., Wibowo, A., Maula, D. I., & Nafi'Hasbi, M. Z. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di

Jakarta Islamic Index (JII) periode 2019-2021. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 123-130.

Sugiyono, S. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.

Vizandra, E. P., & Mustikasari, E. (2021). Institutional Ownership and Tax Avoidance: Comparative Study in Bumn (Badan Usaha Milik Negara) and Private Companies. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 6(2), 1051-71.

Yohanto, Y., & Jenni, J. (2023). Pengaruh Tax Avoidance, Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022). *Global Accounting*, *2*(2), 1-7.