

# **PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**Indra Gunawan Siregar<sup>1</sup>, Santika Eka Dewi<sup>2</sup>**

<sup>1)2)</sup>Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Banten, Indonesia

*Corresponding Author(s) Email [ig217409@gmail.com](mailto:ig217409@gmail.com)*

---

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of tax planning, company growth and company size on firm value. This type of research is a quantitative research. The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The period used in this study is 5 years, namely the period 2016-2020. In this study using purposive sampling method, namely the selection of samples based on predetermined criteria and obtained a sample of 23 companies with 115 observations. The data analysis technique used in this study is panel data regression analysis. The results showed that partially tax planning has no effect on firm value, firm growth has no effect on firm value and firm size has a negative effect on firm value.*

DOI:

10.31000/combis.v4i2.xxxx

Article History:

Received : 23/12/2022

Reviewed : 23/12/2022

Revised : 23/12/2022

Accepted : 23/12/2022

**Keywords:** *Company Value, Tax Planning, Company Growth and Company Size*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat mengakibatkan pelaku bisnis harus senantiasa menyesuaikan diri dan peka terhadap situasi yang sedang terjadi, Persaingan yang semakin ketat mendorong manajemen untuk mendapatkan nilai terbaik dari perusahaan yang dikelolanya agar mampu bertahan dan menjadi yang terbaik. Sebuah perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Kemajuan perusahaan tergantung pada setiap pengambilan keputusan. Keputusan yang tepat akan menghasilkan nilai yang berharga begitupula sebaliknya (Noviana & Nellyana, 2017).

Suatu perusahaan didirikan karena memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan dibagi menjadi dua yakni tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah melalui pasar modal. Pasar modal merupakan perantara antara perusahaan dengan investor. Pasar modal merupakan sarana kegiatan pembiayaan yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek seperti surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi unit penyertaan kontrak investasi kolektif (Sembiring & Trisnawati, 2019).

Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai melalui kerja sama antara manajemen perusahaan yang diwakili oleh manajer dengan pihak lain seperti pemegang saham dalam pengambilan kebijakan-kebijakan keuangan. Baik maupun buruknya nilai suatu perusahaan akan berdampak pada nilai pasar perusahaan dan mempengaruhi keputusan investasi para investor untuk menanamkan modalnya atau menarik investasi dari perusahaan. Semakin tinggi tingkat harga saham, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan kedepannya serta mencerminkan total aset yang dimiliki perusahaan (Sinaga & Purba, 2021). Jika nilai perusahaan terus meningkat, yang terlihat dari *return* saham bagi investor. Hal ini dapat menjadi stimulus atau insentif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Sebaliknya jika nilai perusahaan turun maka menunjukkan prospek perusahaan tersebut tidak baik di masa mendatang. Sehingga akan berpengaruh terhadap penurunan harga saham yang diikuti penurunan nilai perusahaan.

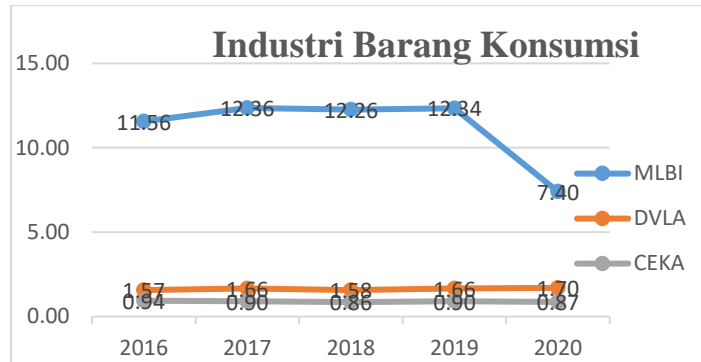
Berikut ini merupakan data beberapa nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berdasarkan perhitungan Tobin's Q dari tahun 2016 sampai tahun 2020.

**Tabel 1 Fenomena Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020**

No	Kode Perusahaan	Tobin's Q				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	MLBI	11,56	12,36	12,26	12,34	7,40
2	DVLA	1,57	1,66	1,58	1,66	1,70
3	CEKA	0,94	0,90	0,86	0,90	0,87

Sumber : Data diolah 2022

Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020 dapat dilihat dalam grafik berikut:



**Gambar 1 Grafik Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020**

Pada sampel diatas menunjukkan secara keseluruhan perusahaan mengalami fluktuatif atau dalam kondisi yang tidak stabil. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) memiliki nilai perusahaan tertinggi pada tahun 2017 sebesar 12,36. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) meningkatkan kinerja perusahaan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 11,56. Namun pada tahun 2018 PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 12,26 dan berhasil menaikkan kembali pada tahun 2019 sebesar 12,34 kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2020 sebesar 7,40. Naik turunnya nilai perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan dalam kondisi fluktuatif atau dalam kondisi tidak stabil. Namun perusahaan memiliki nilai Tobin's Q lebih dari 1 (satu) yang artinya manajemen perusahaan berhasil dalam pengelolaan perusahaan. Naik turunnya nilai perusahaan akan berpengaruh terhadap kestabilan keuangan perusahaan sehingga akan mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan.

PT. Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA) mengalami peningkatan nilai perusahaan pada tahun 2017 yaitu sebesar 1,71 dan tahun seterusnya 2018-2020 kondisi nilai perusahaan stabil senilai 1 (satu) hal ini artinya perusahaan dalam keadaan rata-rata atau tidak mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menandakan bahwa kinerja perusahaan yang kurang baik dan manajemen kurang mampu mengelola aset perusahaan dengan maksimal, sehingga para investor akan kurang tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan.

PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) memperoleh hasil nilai perusahaan pada tahun 2016 hingga 2020 yang diukur menggunakan tobin's Q yang diperoleh kurang dari satu, hal ini menggambarkan bahwa perusahaan tersebut gagal dalam mencapai tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Penurunan nilai perusahaan ini dapat diartikan sebagai penurunan aset perusahaan dalam hal menghasilkan manfaat ekonomi. Penurunan nilai menunjukkan prospek perusahaan tersebut tidak baik dimasa mendatang sehingga akan terjadi penurunan harga saham di pasar modal yang akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sehingga akan berdampak pada penilaian investor terhadap perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu perencanaan pajak. Perencanaan pajak adalah usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar beban pajak yang ditanggung perusahaan rendah. Perencanaan pajak dilakukan dengan cara mengelola dan merencanakan transaksi yang terjadi dalam perusahaan yang bertujuan untuk memaksimalkan

laba (Habibah & Margie, 2021). Dalam aktivitas perencanaan pajak, dilakukan upaya sistematis agar beban pajak seminimal mungkin dengan menganalisis peraturan perpajakan untuk memperoleh komponen yang menyebabkan peningkatan laba setelah pajak. Hal ini memberikan manfaat dalam meningkatkan nilai perusahaan (Muslim & Junaidi, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Habibah & Margie (2021) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Astuti et al., (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah tingkat pertumbuhan aset yang dimiliki suatu perusahaan yang memperlihatkan kenaikan atau penurunan aset perusahaan dan sejauh mana perusahaan tersebut menempatkan perusahaan dalam perekonomiannya (Wulanningsih & Agustin, 2020). Aset merupakan aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan. Sehingga diharapkan adanya peningkatan hasil operasional dan dapat meningkatkan pertumbuhan aset perusahaan. Dengan adanya pertumbuhan aset maka dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan. Adanya pertumbuhan perusahaan akan direspon positif oleh investor, sehingga harga saham perusahaan akan meningkat dan laba yang diperoleh perusahaan akan semakin tinggi maka *return* yang diharapkan investor semakin besar. Oleh karena itu perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang tinggi akan diminati oleh para investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Wulandari et al., (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan perkembangan perusahaan yang dilihat dari aset usaha. Melalui ukuran perusahaan, setiap kegiatan dan kewajiban perusahaan yang menggunakan aset dapat dipantau sehingga apabila ukuran perusahaan semakin besar berarti nilai aset perusahaan tinggi yang mengakibatkan bertambahnya kekayaan pemegang saham dan nilai perusahaan (Sinaga & Purba, 2021). Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal.

Penelitian yang dilakukan oleh Rajagukguk et al., (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Noviana dan Nellyana (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Agensi (*Agency Theory*)

Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan *Agency Theory* atau teori keagenan adalah “hubungan atau kontrak antara prinsipal dengan agen. Pemegang saham (*principals*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan kepada agen tersebut”. Teori agensi menunjukkan pentingnya memisahkan tata kelola perusahaan dari pemilik, dimana hal ini bertujuan untuk

menciptakan efisiensi dan efektivitas dengan mempekerjakan agen profesional dalam mengelola perusahaan. Sehingga manajemen memiliki tanggung jawab sebagai agen dari pemilik perusahaan, dan pemilik perusahaan bisa mencari informasi, mengembangkan sistem yang lebih baik agar dapat memastikan tindakan agen bagi kepentingan pemilik.

Teori agensi dalam penelitian ini dapat menunjukkan adanya asimetri informasi jika terjadi konflik kepentingan pada saat melakukan praktik perencanaan pajak. Kegiatan perencanaan pajak dapat memberikan peluang kepada manajemen perusahaan untuk bertindak oportunistik dengan memanipulasi laba atau mengalokasikan sumber daya yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan juga tidak transparan dalam menjalankan operasional perusahaan, sehingga perencanaan pajak dinilai berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diminimalisir menggunakan tata kelola perusahaan yang baik, salah satunya menggunakan pengungkapan informasi yang lebih transparan. Transparansi ini dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan serta dapat mengurangi dampak dari konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajemen perusahaan sehingga akan memberikan nilai yang baik bagi perusahaan (Pradnyana & Noviari, 2017).

### **Teori Sinyal**

Menurut Brigham (2014) “Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik”. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Aldi et al., 2020). Salah satu informasi yang dikeluarkan perusahaan yang dapat memberi sinyal bagi pihak luar perusahaan, terutama bagi investor adalah laporan tahunan. Informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non akuntansi, yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Teori sinyal menyatakan bahwa, perusahaan yang mempunyai *earning* yang semakin meningkat merupakan sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan (Susanti et al., 2018). Teori sinyal menyatakan bahwa pemberian sinyal yang dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Karena asimetri informasi, manajer mengetahui lebih banyak informasi tentang kondisi dan prospek masa depan suatu perusahaan dibandingkan dengan pemilik perusahaan. dengan mengurangi asimetri informasi nilai perusahaan dapat ditingkatkan yaitu dengan memberikan sinyal kepada investor, salah satunya berupa informasi yang dapat dipercaya (Rajagukguk et al., 2019).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan dimana hal ini sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan (Romadon et al., 2021). Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Menurut Susanti et al., (2018) kinerja keuangan secara fundamental juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dengan melihat kondisi keuangan kita dapat melihat apakah perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi, yang tercermin dari harga sahamnya. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga prospek perusahaan di masa yang akan datang.

### Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak atau *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, 2016). Beban pajak yang ditanggung oleh subjek pajak badan atau perusahaan memerlukan perencanaan yang baik, sehingga strategi perpajakan menjadi mutlak diperlukan untuk mencapai perusahaan yang optimal. Strategi dan perencanaan pajak yang baik tentu saja harus legal, untuk mendorong perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain (Christiani et al., 2022). Dengan melakukan perencanaan pajak yang tepat dan legal, perusahaan akan mendapatkan laba bersih yang rasional dan lebih besar apabila dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan perencanaan pajak.

### Pertumbuhan Perusahaan

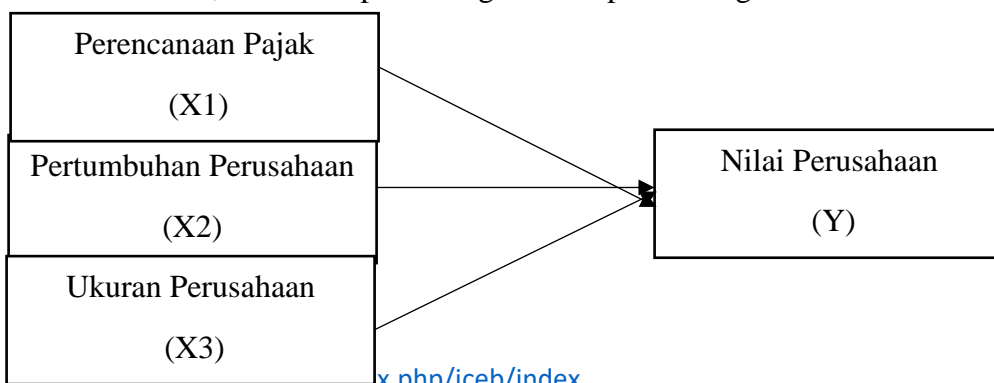
Pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset, dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang. Pertumbuhan (*Growth*) adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan aset dihitung sebagai presentase perubahan aset pada waktu tertentu dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pertumbuhan merupakan perubahan jumlah aset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh suatu perusahaan selama satu periode (satu tahun) (Novitasari & Krisnando, 2021). Pertumbuhan perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, yang dapat meningkatkan minat investor terhadap perusahaan.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator dari kekuatan financial pada sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan dalam melalui penjualan dan jumlah asset yang dimiliki oleh perusahaan. dalam hal tersebut ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar total asset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Novitasari & Krisnando, 2021).

### Kerangka Konsep

Penelitian ini menguji pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka didapat kerangka konseptual sebagai berikut:



<https://ejournal.uin-suka.ac.id/index.php/jceb/index>

## **Gambar 2** **Desain Penelitian**

### **Perumusan Hipotesis**

#### **Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan**

Perencanaan pajak merupakan penghematan pajak dengan cara memanfaatkan keuntungan perpajakan yang dilakukan secara legal untuk meminimalkan kewajiban perpajakan. Perencanaan pajak dilakukan dengan mengumpulkan serta meneliti peraturan perpajakan untuk menyaring tindakan penghematan pajak yang dapat dilakukan. Perusahaan berupaya melakukan pembayaran pajak paling kecil, dikarenakan dengan melakukan kegiatan pembayaran pajak dapat mengurangi tingkat kemampuan ekonomi perusahaan atau pemilik perusahaan. sehingga mendorong manajemen dan pemilik perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayarkan kepada pemerintah dengan melakukan pembayaran pajak yang sebaik mungkin (Fadilah & Afriyenti, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Habibah & Margie, (2021) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Christiani et al., (2022) dan Herawati & Ekawati, (2016) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan keberhasilan perusahaan diperiode masa lalu. Pertumbuhan perusahaan yang pesat akan memperoleh hasil positif berupa pementapan posisi persaingan, peningkatan penjualan dan peningkatan pangsa pasar. Pertumbuhan perusahaan yang baik akan memberikan tanda bahwa perusahaan sedang berkembang dan memiliki prospek yang baik. Jika perusahaan mampu meningkatkan asetnya, maka hasil operasional perusahaan tersebut juga meningkat sehingga dapat berdampak terhadap tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. Adanya respon yang baik dari pihak luar (investor) maka akan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat pula (Ramdhonah et al., 2019).

Penelitian terkait pertumbuhan perusahaan yang dilakukan Sembiring & Trisnawati, (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Suastini et al., (2016) dan Ramdhonah et al., (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi minat

investor dalam berinvestasi di sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan keadaan keuangan perusahaan yang baik dan memiliki prospek yang menguntungkan di masa yang akan datang. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan bahwa perusahaan tersebut bertekad untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar bersedia membayar lebih untuk mendapatkan saham tersebut karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut (Oktaviarni, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Rajagukguk et al., (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviarni (2019) dan Sembiring & Trisnawati, (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yakni kegiatan penelitian dalam usaha pencapaian kesimpulan atas hipotesis yang diajukan dengan melakukan analisis data-data kuantitatif. Tingkat eksplanasi dari penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan hubungan dalam penelitian ini yaitu kausal karena hubungan kausal merupakan hubungan sebab akibat. Salah satu variabel independen mempengaruhi variabel yang lain (dependen). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel sesuai dengan karakteristik dan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti atau teknik yang digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya (Abdullah et al., 2017). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan *annual report* dan laporan keuangan tahunan periode 2016-2020.
3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang memperoleh beban pajak penghasilan positif berturut-turut selama periode 2016-2020.

### **Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapat melalui perantara, dalam penelitian ini data didapat melalui berbagai sumber seperti, website resmi BEI : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), jurnal ilmiah, buku dan internet yang berhubungan dengan penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan dan dokumentasi.



### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar. Nilai perusahaan merupakan sebuah cerminan pencapaian perusahaan yang dilihat dari harga saham yang beredar di pasar modal (Aji & Atun, 2019). Harga pasar mencerminkan berbagai keputusan dan kebijakan manajemen, sehingga nilai perusahaan merupakan akibat dari tindakan manajemen. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada para pemegang saham. Dalam penelitian ini perusahaan dihitung dengan analisis Tobin's Q dengan rumus sebagai berikut (Aldi et al., 2020) :

$$Q = \frac{\text{Market Value of Share} + \text{Debt}}{\text{Total Asset}}$$

### Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan kegiatan menekankan sekecil mungkin beban pajak yang ditanggungnya dengan memanfaatkan pengecualian-pengecualian yang diatur dalam undang-undang. Perencanaan pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR) (Aji & Atun, 2019). ETR dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

### Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Susanti et al., 2018). Variabel penelitian ini diukur menggunakan *Growth* seperti dalam penelitian (Sinuraya & Dillak, 2021) :

$$Growth = \frac{\text{Total Aset}_t - \text{Total Aset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}}$$

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan (Abdullah et al., 2017). Dalam penelitian yang dilakukan (Aldi et al., 2020) skala pengukuran variabel ukuran perusahaan adalah logaritma natural dari total perusahaan, yaitu sebagai berikut:

$$Size = \ln(\text{Total Aset})$$

### Analisis Regresi Data Panel

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan komputerisasi yaitu menggunakan *Microsoft Excel* dan *Eviews 12* dengan pengujian analisis regresi data panel. Model persamaan regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's } Q = \beta_0 + \beta_1 ETR_{it} + \beta_2 GROWTH_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

- Tobin's Q = Nilai Perusahaan  
 $\beta_0$  = Konstanta  
 ETR = Perencanaan Pajak  
 GROWTH = Pertumbuhan Perusahaan  
 SIZE = Ukuran Perusahaan  
 i = Perusahaan yang diteliti  
 t = Periode (tahun) penelitian  
 $\varepsilon$  = Komponen Error

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	TOBINSQ	ETR	GROWTH	SIZE
Mean	3.514174	0.272609	0.128783	28.00504
Median	2.110000	0.250000	0.090000	28.48000
Maximum	23.29000	0.960000	2.370000	32.50000
Minimum	0.440000	0.090000	-0.290000	16.63000
Std. Dev.	4.136420	0.115067	0.265974	3.524017
Skewness	2.615484	3.746458	5.653535	-2.117421
Kurtosis	9.896136	19.49548	45.92308	7.165272
Jarque-Bera	358.9903	1572.839	9440.736	169.0662
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	404.1300	31.35000	14.81000	3220.580
Sum Sq. Dev.	1950.536	1.509417	8.064630	1415.731
Observations	115	115	115	115

Sumber: Hasil olah data eviews 12, 2022

**a. Nilai Perusahaan (Tobin's Q)**

Rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 3.514174 hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai diatas satu dimana hasil tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan berpotensi memiliki pertumbuhan yang tinggi selain itu nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen memiliki kinerja yang cukup baik (Muslim & Junaidi, 2020). Nilai maximum nilai perusahaan sebesar 23.29000 dimiliki oleh perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2017. Sedangkan nilai terendah (minimum) terjadi pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) pada tahun 2018 sebesar 0.440000.

**b. Perencanaan Pajak (ETR)**

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

Rata-rata (*mean*) nilai perencanaan pajak sebesar 0,272609 atau 27%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan dalam penelitian ini tidak berusaha melakukan perencanaan pajak karena telah membayar pajak sesuai dengan tarif yang ditentukan yaitu sebesar 25% menurut UU Pajak Penghasilan No.36 tahun 2008 pasal 17 ayat 2a. Nilai maximum perencanaan pajak sebesar 0,960000 dimiliki oleh perusahaan PT Tbk (CINT) pada tahun 2020. Sedangkan nilai perencanaan pajak terendah (*minimum*) terjadi pada perusahaan PT. Akasha Wira Internasional Tbk (ADES) pada tahun 2016 sebesar 0,090000.

**c. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)**

Nilai rata-rata pertumbuhan perusahaan sebesar 0,128783 atau 12% hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan memiliki pertumbuhan aset sebesar 12%, yang artinya perkembangan perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya dalam kegiatan ekonomi disektor usahanya sebesar 12%. Nilai tersebut menandakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki prospek yang kurang baik, hal ini dikarenakan perusahaan hanya fokus untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, dimana hal tersebut membutuhkan banyak biaya yang harus dikeluarkan perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021). Nilai maximum pertumbuhan perusahaan sebesar 2,370000 dimiliki oleh perusahaan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) pada tahun 2020. Sedangkan nilai pertumbuhan perusahaan terendah (*minimum*) terjadi pada perusahaan PT. Merck Indonesia Tbk (MERK) pada tahun 2019 sebesar -0,290000.

**d. Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 28,00504 atau 2.800% hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan menanamkan modalnya dalam bentuk aset sebanyak 2.800%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa modal yang ditanamkan perusahaan dalam bentuk aset dalam penelitian ini cukup besar. Semakin besar total aset suatu perusahaan mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tersebut besar, aset yang besar juga menunjukkan lebih banyaknya sumber-sumber aset yang dimiliki perusahaan. karena semakin besar ukuran suatu perusahaan akan memudahkan perusahaan mendapatkan pendanaan eksternal (Rajagukguk et al., 2019). Nilai maximum ukuran perusahaan sebesar 32,50000 dimiliki oleh perusahaan PT. Indofood CBP Sukser Makmur Tbk (ICBP) pada tahun 2020. Sedangkan nilai perencanaan pajak terendah (*minimum*) terjadi pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2016 sebesar 16,63000.

**Analisis Regresi Data Panel**

Hasil persamaan regresi data panel yang telah diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q = 19,53080 - 0,766272 \text{ ETR} - 0,454044 \text{ GROWTH} - 0,562372 \text{ SIZE} + \varepsilon$$

Dari model regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta untuk persamaan regresi sebesar 19,53080 hal ini menunjukkan jika variabel Perencanaan Pajak (*ETR*), Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) bernilai konstan atau sama dengan nol, maka Nilai Perusahaan nilainya sebesar 19,53080.

- b. Nilai koefisien perencanaan pajak (*ETR*) menunjukkan regresi ke arah negatif sebesar -0,766272 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% pada perencanaan pajak akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sebesar -0,766272 dengan asumsi koefisien lainnya dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien pertumbuhan perusahaan (*Growth*) menunjukkan regresi ke arah negatif sebesar -0,454044 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% pada pertumbuhan perusahaan akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sebesar -0,454044 dengan asumsi koefisien lainnya dianggap tetap.
- d. Nilai koefisien ukuran perusahaan (*Size*) menunjukkan regresi ke arah negatif sebesar -0,562372 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% pada ukuran perusahaan akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan sebesar -0,562372 dengan asumsi koefisien lainnya dianggap tetap.

**Uji Hipotesis**

**a. Uji F (Uji Kelayakan Model)**

**Tabel 3**  
**Uji F**

R-squared	0.075796	Mean dependent var	0.528002
Adjusted R-squared	0.050817	S.D. dependent var	1.338754
S.E. of regression	1.304294	Sum squared resid	188.8314
F-statistic	3.034449	Durbin-Watson stat	1.030170
Prob(F-statistic)	0.032242		

Sumber: Hasil olah data eviews 12, 2022

Pada output diatas menunjukkan bahwa nilai *F-statistic* sebesar 3,034449, sementara *F* tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1(k-1)$  atau  $df_1 (4-1) = 3$  dan  $df_2 (n-k)$  atau  $df_2 (115-4) = 111$  didapat nilai *F* tabel sebesar 2,69. Dengan demikian nilai *F-statistic*  $3,03 > F$  tabel 2,69 dan nilai *Prob(F-statistic)*  $0,032242 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, dan variabel-variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari Perencanaan Pajak (*ETR*), Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*). Yang artinya penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

**b. Uji R<sup>2</sup>**

**Tabel 4**  
**Uji R<sup>2</sup>**

R-squared	0.075796	Mean dependent var	0.528002
Adjusted R-squared	0.050817	S.D. dependent var	1.338754
S.E. of regression	1.304294	Sum squared resid	188.8314
F-statistic	3.034449	Durbin-Watson stat	1.030170
Prob(F-statistic)	0.032242		

Sumber: Hasil olah data eviews 12, 2022

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,050817, hal ini menunjukkan bahwa naik turunnya variabel nilai perusahaan (Tobin's Q) dapat dijelaskan oleh variabel independen Perencanaan Pajak (*ETR*), Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) sebesar 5% sementara sisanya 95% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**c. Uji t (Parsial)**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji t**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	19.53080	6.139728	3.181053	0.0019
ETR	-0.766272	1.392579	-0.550254	0.5833
GROWTH	-0.454044	0.541936	-0.837817	0.4039
SIZE	-0.562372	0.219131	-2.566373	0.0116

Sumber: Hasil olah data eviews 12, 2022

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau jika nilai signifikansinya < 0,05 maka hipotesis diterima dan jika nilai signifikannya > 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ditolak.

1) Hasil uji t Perencanaan Pajak (*ETR*) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q).

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* perencanaan pajak sebesar -0,550254, sementara t tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ , df (n-k) atau df (115-4) = 111 didapat nilai t tabel sebesar 1,981567. Dengan demikian nilai *t-statistic* perencanaan pajak (*ETR*) -0,550254 < t tabel 1,981567 dan nilai Prob. 0,5833 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak (*ETR*) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

2) Hasil uji t Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q).

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* pertumbuhan perusahaan sebesar -0,837817, sementara t tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ , df (n-k) atau df (115-4) = 111 didapat nilai t tabel sebesar 1,981567. Dengan demikian nilai *t-statistic* Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) -0,837817 < t tabel 1,981567 dan nilai Prob. 0,4039 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

3) Hasil uji t Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q).

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* ukuran perusahaan sebesar -2,566373, sementara t tabel dengan tingkat  $\alpha = 5\%$ , df (n-k) atau df (115-4) = 111 didapat nilai t tabel sebesar 1,981567. Dengan demikian nilai *t-statistic* Ukuran Perusahaan (*Size*) -2,566373 > t tabel 1,981567 dan nilai Prob. 0,0116 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (*Size*) dalam penelitian memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

**Pembahasan**

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

**a. Pengaruh Perencanaan Pajak (ETR) terhadap Nilai Perusahaan**

Variabel perencanaan pajak (ETR) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Maka secara parsial hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rahma et al., (2019). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Astuti et al., (2021) dan Fadilah & Afriyenti, (2020) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini dikarenakan adanya kekhawatiran pemilik perusahaan, karena tindakan perencanaan pajak yang dilakukan oleh manajemen dikhawatirkan mengandung hal-hal yang bersifat menguntungkan pribadi manajemen dan akan berdampak bagi perusahaan yang akan terpengaruh apabila perencanaan pajak ini mengandung hal yang negatif diketahui publik. Maka dari itu semakin tinggi perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan, hal ini berdampak pada tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan menurun.

**b. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) terhadap Nilai Perusahaan**

Variabel pertumbuhan perusahaan (*Growth*) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Penelitian ini sejalan dengan Sinuraya & Dillak, (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga & Purba, (2021) dan Wulandari et al., (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. karena para investor tidak tertarik dengan pertumbuhan aset jangka panjang, sehingga tidak meningkatkan harga saham. Para investor lebih memandangi pada keuntungan saat ini yang nyata dibandingkan dengan keuntungan jangka panjang yang belum pasti. Artinya kemungkinan investor merupakan investor jangka pendek, dimana investasi jangka pendek adalah investasi yang sifatnya hanya sementara dan umumnya mudah ditarik lagi dalam jangka waktu yang pendek.

**c. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Nilai Perusahaan**

Variabel ukuran perusahaan (*Size*) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al., (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Begitupula dengan penelitian yang dilakukan Novitasari & Krisnando, (2021) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan menurut Hertina et al., (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Perencanaan Pajak (ETR) memiliki nilai nilai Probabilitas  $0,5833 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak (ETR) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal ini dikarenakan para investor tidak terlalu memperhatikan rasio besarnya pajak yang dibayarkan perusahaan dan hal tersebut direspon oleh

para investor sebagai suatu hal yang wajar. Selain itu para investor tidak hanya melihat sisi besarnya pajak yang dibayarkan perusahaan tetapi lebih cenderung melihat laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) memiliki nilai Probabilitas  $0,4039 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hal ini dikarenakan semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan mengakibatkan biaya untuk kegiatan operasional semakin besar. Ketika perusahaan fokus pada pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan menggunakan seluruh dana yang dimiliki untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut dan tidak memperhatikan kesejahteraan pemegang saham. Ukuran Perusahaan memiliki nilai Probabilitas  $0,0116 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (*Size*) dalam penelitian ini berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Dimana ukuran perusahaan yang besar belum bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi hal ini dikarenakan perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi sebelum hutang (kewajiban-kewajiban) perusahaan terlunasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., Syariati, A., & Hamid, R. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Ukuran Perusahaan Dan Interest Based Debt (Ibd) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2016. *Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 4(2), 122–135.
- Aji, A. W., & Atun, F. F. (2019). Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(3), 222–234. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/22610>
- Aldi, M. F., Erlina, E., & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap NILAI Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 264–273. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i1.9921>
- Astuti, N. E., Moeljadi, M., & Hernawati, E. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.4611>
- Christiani, Y. N., Rane, M. K. D., & Sine, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Among Makarti*, 14(2), 77–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.211>
- Dewanata, P. (2016). *Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi ( Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2014 )*.
- Fadilah, R., & Afriyenti, M. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Perencanaan Pajak, Dan Pengungkapan Enterprise Risk Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Wahana Riset Akuntansi*, 8(1), 82. <https://doi.org/10.24036/wra.v8i1.109056>
- Habibah, H., & Margie, L. A. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen*

- Universitas Pamulang*, 9(1), 60. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p60-71>
- Herawati, H., & Ekawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (The Effect of Tax Planning on Firm Value). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 873–884.
- Hertina, D., Hidayat, M., Bayu, H., & Mustika, D. (2019). *Ukuran Perusahaan , Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas*. 3(1).
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Racial diversity and its asymmetry within and across hierarchical levels: The effects on financial performance. *Human Relations*, 72(10), 1671–1696. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Muslim, A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 1. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.373>
- Noviana, K. C., & Nellyana. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Kezia Crusita Noviana Nellyana*. 19(1a), 168–176. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Novitasari, R., & Krisnando. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM) Volume*, 18(2), 71–81.
- Oktaviarni, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>
- Pradnyana, I. B. G., & Noviyari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1398–1425.
- Rahma, A. A., Nabawi, L., & Wijaya, R. A. (2019). Peran kepemilikan institusional, perencanaan pajak dan dewan komisaris asing terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(2), 83–95. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10885400>
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2079>
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1), 67–82. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i1.1859>
- Romadon, A. S., Sulistiyo, H., & Sam'ani. (2021). Peran Profitabilitas dan Good Corporate Governance dalam Memediasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 61–76. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1121>
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10563>
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Selvi Sembiring Ita Trisnawati. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 173–184.



<http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>

- Sinaga, A. N., & Purba, A. T. (2021). the Effect of Company Size, Profitability, Company Growth and Leverage on Company Value in the Property and Real Estate Sector Listed on the Stock Exchange Indonesia. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1).
- Sinuraya, I. N. B., & Dillak, V. J. (2021). Pengaruh Leverage , Pertumbuhan Perusahaan , Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks Lq45 Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* V, 5(3), 1023–1036.
- Suastini, N. M., Ida, B. A. P., & Henny, R. (2016). Pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur modal sebagai variabel moderasi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), 143–172.
- Susanti, Y., Mintarti, S., & Asmapane, S. (2018). Pengaruh struktur modal, kinerja keuangan perusahaan, ukuran perusahaan dan kualitas auditor eksternal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Akuntabel*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.29264/jakt.v15i1.1924>
- Wulandari, S., W, E. M., & Siddi, P. (2021). *Pengaruh profitabilitas , struktur modal , ukuran perusahaan , pertumbuhan perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan Influence of profitability , capital structure , company size , company growth and assets structure of company value*. 18(4), 753–761.
- Wulanningsih, S., & Agustin, H. (2020). Pengaruh Investment Opportunity Set, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(3), 3107–3124. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i3.271>
- Idx, Laporan keuangan dan tahunan. Diakses pada Mei 2, 2022 dari <https://www.idx.co.id/>
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2022). THE IMPLEMENTATION OF A MANAGEMENT AUDITON HR RECRUITMENT TO ASSESS THE EFFECTIVENESS OF EMPLOYEE PERFORMANCE. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 14(2), 243-251.
- Abbas, D. S., Ismail, T., Taqi, M., & Yazid, H. (2023). Determinant of company value: evidence manufacturing Company Indonesia. *Calitatea*, 24(192), 183-189.
- Ariyana, A., Enawar, E., Ramdhani, I. S., & Sulaeman, A. (2020). The application of discovery learning models in learning to write descriptive texts. *Journal of English Education and Teaching*, 4(3), 401-412.
- Astakoni, I. M. P., Sariyani, N. L. P., Yulistiyono, A., Sutaguna, I. N. T., & Utami, N. M. S. (2022). Spiritual Leadership, Workplace Spirituality and Organizational Commitment; Individual Spirituality as Moderating Variable. *ITALIENISCH*, 12(2), 620-631.
- Goestjahjanti, S. F., Novitasari, D., Hutagalung, D., Asbari, M., & Supono, J. (2020). Impact of talent management, authentic leadership and employee engagement on job satisfaction: Evidence from south east asian industries. *Journal of Critical Reviews*, 7(19), 67-88.
- Gunawan, G. G., Wening, N., Supono, J., Rahayu, P., & Purwanto, A. (2021). Successful Managers and Successful Entrepreneurs as Head of Successful Families in Building a Harmonious Family. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 57(9), 4904-4913.
- Hidayat, I., Ismail, T., Taqi, M., & Yulianto, A. S. (2022). Investigating In Disclosure Of Carbon Emissions: Influencing The Elements Using Panel Data. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 12(3), 721-732. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan By Indra Gunawan Siregar<sup>1</sup>, Santika Eka Dewi<sup>2</sup>

- Immawati, S. A., & Rauf, A. (2020, March). Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1477, No. 7, p. 072004). IOP Publishing.
- Joko Supono, Ngadino Surip, Ahmad Hidayat Sutawidjaya, Lenny Christina Nawangsari. (2020). Model of Commitment for Sustainability Indonesian SME's Performance: A Literature Review. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(05), 8772-8784. Retrieved from <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/18715>
- Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. B. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(2), 237-254.
- Ong, F., Purwanto, A., Supono, J., Hasna, S., Novitasari, D., & Asbari, M. (2020). Does Quality Management System ISO 9001: 2015 Influence Company Performance? Answers from Indonesian Tourism Industries. *Test Engineering & Management*, 83, 24808-24817.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Develop risk and assessment procedure for anticipating COVID-19 in food industries. *Journal of Critical Reviews*.
- Purwanto, A. (2020). Effect of compensation and organization commitment on turnover intention with work satisfaction as intervening variable in Indonesian industries. *Sys Rev Pharm*, 11(9), 287-298.
- Purwanto, A. (2020). The Relationship of Transformational Leadership, Organizational Justice and Organizational Commitment: a Mediation Effect of Job Satisfaction. *Journal of Critical Reviews*.
- Riyadi, S. (2021). Effect of E-Marketing and E-CRM on E-Loyalty: An Empirical Study on Indonesian Manufactures. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32(3), 5290-5297.
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023). Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment. *Sustainability*, 15(15), 12096.
- Subargus, A., Wening, N., Supono, J., & Purwanto, A. (2021). Coping Mechanism of Employee with Anxiety Levels in the COVID-19 Pandemic in Yogyakarta. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*.
- Suharti, E., & Ardiansyah, T. E. (2020). Fintech Implementation On The Financial Performance Of Rural Credit Banks. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 234-249.
- Sukirwan, S., Muhtadi, D., Saleh, H., & Warsito, W. (2020). PROFILE OF STUDENTS'JUSTIFICATIONS OF MATHEMATICAL ARGUMENTATION. *Infinity Journal*, 9(2), 197-212.
- Surip, N., Sutawijaya, A. H., Nawangsari, L. C., & Supono, J. (2021). Effect of Organizational Commitment on the Sustainability Firm Performance of Indonesian SMEs. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 58(2), 6978-6991.
- Wamiliana, W., Usman, M., Warsito, W., Warsono, W., & Daoud, J. I. (2020). USING MODIFICATION OF PRIM'S ALGORITHM AND GNU OCTAVE AND TO SOLVE THE MULTIPERIODS INSTALLATION PROBLEM. *IJUM Engineering Journal*, 21(1), 100-112. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jceb/index>

Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan By Indra Gunawan Siregar<sup>1</sup>, Santika Eka Dewi<sup>2</sup>

Wulandari, I., & Rauf, A. (2022). Analysis of Social Media Marketing and Product Review on the Marketplace Shopee on Purchase Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11, 274-284.

Zatira, D., & Suharti, E. (2022). Determinant Of Corporate Social Responsibility And Its Implication Of Financial Performance. *Jurnal Akuntansi*, 26(2), 342-357.