

PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Herman Wijaya

unsera.herman@gmail.com, Universitas Serang Raya, Serang Banten, Indonesia

Wiwin Arifin

wiwinarifinpa@gmail.com, Universitas Serang Raya, Serang Banten, Indonesia

Syifa Vania Arsyadilla

Syifavna10@gmail.com. Universitas Serang Raya, Serang Banten, Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Agresivitas Pajak, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023. Metode penelitian sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka terdapat 15 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan SPSS 25. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai sahamnya. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain profitabilitas, agresivitas pajak, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan aset. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa: (1) Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, (2) Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, (3) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan..

Kata Kunci : *Agresivitas Pajak, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan*

MANAGERIAL OWNERSHIP AND INDEPENDENT COMMISSIONERS AS DETERMINING FACTORS OF COST OF EQUITY CAPITAL IN MULTIPLE INDUSTRIAL MANUFACTURING COMPANIES IN INDONESIA

Abstract

The purpose of this study is to examine the Effect of Tax Aggressiveness, Leverage and Company Size on Company Value in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2023 Period. This research method is a quantitative method. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2023 Period. The sample research method was carried out using a purposive sampling method, based on

predetermined criteria, there were 15 companies used as samples in this study. The analysis method used was multiple linear regression analysis and processed using SPSS 25. Company value can be interpreted as the value of its shares. There are several things that can affect company value, including profitability, tax aggressiveness, leverage, company size and asset growth. The results of this test indicate that: (1) Tax Aggressiveness does not affect Company Value, (2) Leverage does not affect Company Value, (3) Company Size affects Company Value.

Keywords : Tax Aggressiveness, Leverage, Size on Company and Firm Value

PENDAHULUAN

Industri manufaktur telah mengalami transformasi yang signifikan hingga era digital. Umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan profit dari perusahaan yang didirikannya. Setiap Perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimum dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Putra et al., 2021). Namun, dengan adanya persaingan yang tinggi, perusahaan harus memiliki peran manajer yang ahli dalam bidangnya dan harus mampu untuk bersaing dengan selalu mengevaluasi kinerjanya dalam mengelola kegiatan operasional maupun mengelola keuangan perusahaan agar tujuan bisa tercapai.

Dalam dunia bisnis, tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Nilai perusahaan yang baik merupakan suatu tujuan oleh setiap perusahaan karena apabila nilai perusahaan yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan (Aprilawati & Ali, 2022). Menurut May & Susanto, (2024), mayoritas perusahaan memiliki tujuan jangka panjang yang sama yaitu ketika investor atau para pemilik perusahaan mampu merasakan kemakmuran dan hal tersebut dapat direalisasikan dengan meningkatkan nilai perusahaan secara maksimum. Nilai perusahaan adalah alat ukur bagi investor terhadap kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan dan kemampuan bersaing dengan perusahaan lainnya, lalu dicerminkan pada harga saham perusahaan tersebut (Natasha, 2021).

Peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun merupakan suatu gambaran keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya (Faizra, 2022). Nilai perusahaan memberikan gambaran atau pandangan para investor yang membeli harga saham perusahaan bahwa harga saham perusahaan tersebut akan terus meningkat dan nilai perusahaan akan naik. Menurut Faizra (2022) Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Hal ini juga disetujui oleh Lande; Wiyono (2023) yang menyatakan bahwa, nilai perusahaan sangatlah penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, akan semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Menurut Aswat dan Ardiansyah (2023), nilai perusahaan adalah hal yang sangat penting didalam perusahaan karna dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham, Karena semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Menurut Kristiadi and Herijawati (2023), Nilai

perusahaan bisa diartikan dari nilai sahamnya, sebab nilai perusahaan yang telah menjadi perusahaan publik tercermin dalam harga sahamnya di pasar. Menurut Aprilawati and Ali (2022), harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan. Perusahaan yang telah go public, nilai perusahaan dapat terlihat dari harga sahamnya. Menurut Setiabudhi (2022), nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kegiatan operasional yang baik dan memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya juga dianggap mampu memberi return kepada investor sesuai dengan harapan. Memperoleh banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaannya merupakan hal yang sangat penting. Salah satu faktor yang menarik investor untuk berinvestasi adalah nilai perusahaan (Nugroho, Purwanto, Joko; Nur, 2014).

Menurut Natasha (2021), Banyak faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya adalah profitabilitas, leverage, pertumbuhan aset, dan ukuran perusahaan. Sedangkan menurut Belinda, S ; Sulistyowati (2025) Faktor yang dianggap relevan dalam memengaruhinya yaitu, rasio profitabilitas, firm size, dan growth assets, menurut Prastiwi and Walidah (2020) Agresivitas pajak dipandang dapat menurunkan reputasi perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan.

Agresivitas pajak merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur upaya penggelapan pajak yang dilakukan oleh wajib pajak (Dian Nur Aprida & Aris Sanulika, 2024). Menurut Hanum & Faradila, (2022) Agresivitas pajak adalah suatu tindakan yang memiliki tujuan guna meminimalisir laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik dengan cara tax avoidance (legal) maupun tax evasion (illegal). Menurut Jaunanda and Kevin (2023) Agresivitas pajak dapat membawa pengaruh yang negatif terhadap suatu perusahaan ketika perusahaan terkena sanksi dari pihak fiskus ketika terjadinya pemeriksaan pajak dan dapat mengganggu reputasi perusahaan. Kerugian tersebutlah yang dapat menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun. Pernyataan ini didukung oleh peneliti sebelumnya yaitu Prastiwi and Walidah (2020) menyatakan bahwa agresvitas pjak menurunkan nilai perusahaan. Menurut Dian Nur Aprida dan Aris Sanulika (2024) dan Jaunanda dan Kevin (2023) menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena upaya untuk mengurangi pajak secara legal maupun ilegal. Sedangkan menurut Miranda Agustin Wulandari, (2022) menunjukkan bahwa penghindaran pajak berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan karena agresivitas pajak dapat mengurangi beban biaya perusahaan, sehingga kondisi keuangan perusahaan menjadi lebih stabil dan likuid. Dengan pengeluaran pajak yang lebih rendah, perusahaan memiliki lebih banyak sumber daya untuk digunakan dalam kegiatan operasional atau investasi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Leverage merupakan penggunaan dana atau modal yang penggunaannya memiliki kewajiban untuk membayar biaya tetap yaitu berupa bunga. Tingginya tingkat leverage pada perusahaan dapat diindikasikan sebagai bentuk bergantungnya perusahaan pada pinjaman luar atau utang, sedangkan jika tingkat leverage rendah dapat diindikasikan perusahaan mampu membiayai asetnya dengan modal sendiri (Sari & Rahayu, 2020). Dampak dari hal ini adalah investor memberikan penilaian positif kepada perusahaan karena perusahaan dinilai dapat memaksimalkan laba perusahaan untuk pembagian return maupun kegiatan investasi lainnya (May dan Susanto 2024). penelitian yang dilakukan oleh Papuania Lokobal et all (2024) dan Syah dan Aris (2024) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Investor melihat laporan keuangan secara menyeluruh, bukan hanya tingkat hutang.

Tingkat leverage bukan aspek utama dalam keputusan investasi. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2021) yang menyatakan bahwa investor lebih fokus pada keuntungan yang diperoleh perusahaan daripada besarnya hutang (leverage) yang dimiliki. Artinya, meskipun leverage meningkat, investor tidak terlalu memperhatikan tingkat hutang selama perusahaan tetap menghasilkan keuntungan yang baik.

Ukuran perusahaan sering kali diukur berdasarkan total aset atau total pendapatan. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki akses yang lebih baik ke sumber pendanaan, baik internal maupun eksternal. Ukuran yang besar juga sering kali dikaitkan dengan stabilitas dan daya saing yang lebih baik di pasar. Menurut Belinda, S ; Sulistyowati (2025) ukuran perusahaan sangat memengaruhi persepsi investor untuk menanamkan modalnya sehingga sangat penting mengembangkan ukuran perusahaan untuk menarik investor, yang mana juga mampu membuat nilai suatu perusahaan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2021) dan Ait Novatiani et al. (2024) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Perusahaan besar dianggap lebih stabil dan memiliki daya tarik investor yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan diukur dengan total aset (size) yang mencerminkan kapasitas investasi dan potensi keuntungan yang lebih besar sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan besar lebih mudah memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal, termasuk akses ke pasar modal, sehingga mendukung ekspansi dan peningkatan nilai perusahaan.

Kajian Pustaka

Agresivitas pajak

Agresivitas pajak merupakan upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Agresivitas pajak dapat didefinisikan sebagai semua upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menurunkan jumlah beban pajak dari yang seharusnya dibayar oleh perusahaan. Agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak. Semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif (Hanum & Faradila, 2022).

Leverage

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana (sources of funds) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan pemegang saham. Perusahaan-perusahaan yang menggunakan leverage memiliki tujuan agar keuntungan yang didapatkan lebih besar dari biaya tetap (Putra et al., 2021). Konsep leverage itu penting bagi investor dalam membuat penilaian saham (Lande; Wiyono, 2023).

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dengan menunjukkan skala besar kecilnya suatu aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Yang dimana Semakin besar total aset ataupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan, artinya Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan

maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan (Aswat & Ardiansyah, 2023). Perusahaan yang memiliki skala yang besar dan sahamnya tersebar luas otomatis dapat memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba perusahaan yang tinggi karena memiliki aset yang besar. Hal tersebut yang membuat perusahaan mendapatkan penghasilan yang tinggi dan dapat menaikkan beban pajak yang dibayarkan (Sari & Rahayu, 2020).

Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang memfokuskan untuk menguji teori yang digunakan untuk pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka yang dapat diukur dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Sari & Rahayu, 2020). Desain riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain riset kausalitas. Penelitian kuantitatif kausalitas bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya (Triyanto & Putri, 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berdasarkan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.

Agresivitas pajak merujuk pada tindakan perusahaan dalam mengurangi kewajiban pajak mereka melalui perencanaan pajak yang lebih kompleks dan terkadang berisiko. Dalam konteks ini, agresivitas pajak dapat meningkatkan laba bersih perusahaan dengan mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan, sehingga menarik perhatian investor dan meningkatkan harga saham. Faktor-faktor khusus perusahaan yang penting seperti tata kelola perusahaan dan isu-isu terkait seperti manajemen agensi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan perlu mendapat perhatian kritis saat memeriksa agresivitas pajak perusahaan.

Perusahaan yang melakukan agresivitas pajak mungkin mengungkapkan informasi tertentu untuk menunjukkan bahwa mereka memiliki strategi pajak yang efektif. Selain itu, jika investor melihat bahwa perusahaan mampu meminimalkan pajak secara legal, mereka mungkin berasumsi bahwa perusahaan tersebut memiliki manajemen yang baik dan strategi bisnis yang solid, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan nilai perusahaan. Hal ini dapat dipandang sebagai sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola kewajiban pajaknya dengan baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Leverage digunakan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri, Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang ada pada suatu perusahaan (Aswat & Ardiansyah, 2023). Semakin tinggi leverage perusahaan yang ditunjukkan maka investasi yang akan didapatkan akan semakin sedikit, begitupun sebaliknya jika perusahaan dengan rasio leverage yang rendah maka risiko leverage yang didapatkan juga akan lebih kecil.

Tingginya rasio leverage menunjukkan perusahaan tidak seimbang, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Hal ini dikarenakan leverage adalah rasio yang memperhitungkan seberapa jauh dana yang disiapkan oleh kreditur, dan juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan. Perusahaan perlu menemukan keseimbangan yang tepat antara utang dan ekuitas untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dengan mempertimbangkan risiko

dan potensi pengembalian yang terkait dengan penggunaan utang. Berdasarkan uraian diatas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah pengukuran dengan cara mengelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan serta dapat menggambarkan aktivitas pendapatan perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor dan lembaga keuangan, sehingga mereka lebih mudah mendapatkan pinjaman atau investasi (Sari & Rahayu, 2020).

Perusahaan yang lebih besar sering kali dianggap lebih stabil dan memiliki kapasitas yang lebih baik untuk menghadapi risiko, sehingga ukuran yang besar dapat dipandang sebagai sinyal positif mengenai kesehatan dan prospek masa depan perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat mengurangi jangkauan di kalangan investor, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang lebih kecil mungkin dianggap lebih berisiko dan kurang mampu bertahan dalam kondisi pasar yang sulit, sehingga ukuran yang kecil dapat memberikan sinyal negatif. Berdasarkan uraian di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel indenpenden dan variabel dependen. Variabel indenpenden dapat menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel indenpenden yang digunakan yaitu Agresivitas Pajak, Leverage dan Ukuran Perusahaan. Variabel dependen yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan.

Tabel 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$ (Kristiadi & Herijawati, 2023)	Rasio
2	Agresivitas Pajak (X1)	$\text{Cash ETR} = \frac{\text{Kas yang dikeluarkan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ (Hanum & Faradila, 2022)	Rasio
3	<i>Leverage</i> (X2)	$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$ (Lande; Wiyono, 2023)	Rasio
4	Ukuran Perusahaan (X3)	$\text{Size} = \text{Ln (Total Aktiva)}$ (Putra et al., 2021)	Rasio

Populasi untuk penelitian ini mencakup seluruh perusahaan yang sudah go public dan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Dari populasi tersebut terdapat 15 sampel perusahaan. Pemilihan sampel ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling

dengan kriteria pemilihan mencakup: terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, tidak pernah mengalami delisting dari BEI, dan IPO 2019-2023. Untuk 15 perusahaan sampel tersebut, peneliti ini menggunakan laporan keuangan tahunan 2019, 2020, 2021, 2022 dan 2023 dengan jumlah penelitian final sebanyak 75 sampel akhir.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Pengolahan Data

Data penelitian yang telah dikumpulkan diuji dengan alat bantu software SPSS 23, lalu dianalisis dengan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang memenuhi syarat uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, serta uji hipotesis yang memenuhi syarat uji koefisien determinasi, uji F dan uji t.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas menggunakan *Kolmogorof-Smirnof*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16019416
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.097
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Kolmogorov-Smirnov memuat suatu data dikatakan normal apabila Asymptotic Significant lebih dari 0,05. Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah: (a) apabila probabilitas nilai 2 uji K-S tidak signifikan $< 0,05$ secara statistik maka H_0 ditolak, yang berarti data terdistribusi tidak normal. (b) apabila probabilitas nilai 2 uji K-S signifikan $> 0,05$ secara statistik H_0 diterima, yang berarti data terdistribusi normal (Senja & Wahyuni, 2017). Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data setelah dilakukan transformasi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) yang diperoleh sebesar lebih dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

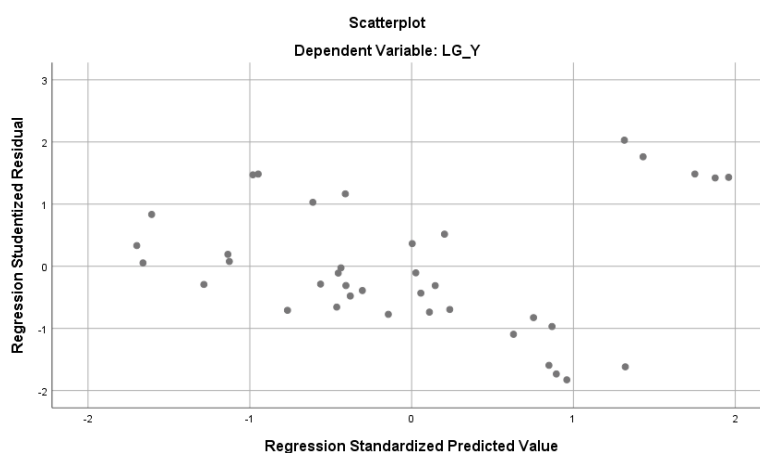
Tabel 3 Hasil uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Agresivitas Pajak	.999	1.001
	LG_X2	.932	1.073
	Ukuran Perusahaan	.931	1.074

a. Dependent Variable: LG_Y

Menurut Putra et al., (2021) Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Menurut Putra et al., (2021) Agar dapat mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dengan tolerance value (TOL) atau variance inflation factor (VIF). Jika TOL lebih dari 0,10 atau besaran VIF kurang dari 10 maka model tidak terkena multikolinearitas. Berdasarkan pengujian tersebut, Agresivitas Pajak (X1) memperoleh nilai tolerance 0,999 dan nilai VIF 1,001 dan untuk variabel leverage (X2) memperoleh nilai tolerance 0,931 dan nilai VIF 1,073, dan untuk variable Ukuran perusahaan (X3) memperoleh nilai tolerance 0,931 dan nilai VIF 1,074. Nilai tolerance dari ketiga variabel tersebut lebih dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dari kedua variabel tersebut.

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Bachrudin & Ngumar, 2017). Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi
 Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.883 ^a

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, LG_X2

b. Dependent Variable: LG_Y

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan hasil Durbin-Watson sebesar 1.883 sedangkan nilai tabel Durbin-Watson (n=75) dan (k=3) diperoleh nilai dL sebesar 1,5432 dan nilai dU sebesar 1,7092. Sehingga hasil uji autokorelasi adalah $dU < d < 4-dU$ yaitu $1,7092 < 1,883 < 2,2908$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

Tabel 5 Hasil Uji T (Parsial)
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-12.428	3.429		-3.624	.001
Agresivitas Pajak	.963	.781	.173	1.233	.226
LG_X2	.237	.392	.088	.604	.550
Ukuran Perusahaan	.478	.124	.562	3.869	.000

a. Dependent Variable: LG_Y

Hasil uji t dari tabel 5 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan, Berdasarkan hasil uji t diatas, didapat t hitung sebesar 1,223 dengan nilai signifikansi sebesar 0,226. Berdasarkan tabel distribusi diperoleh t tabel sebesar 1,223, karena t hitung < t tabel ($1,223 < 1,99254$) dan tingkat signifikansi > 0,05 ($0,226 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak, yang artinya agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage terhadap Nilai Perusahaan, Berdasarkan hasil uji t diatas, didapat t hitung sebesar 0,604 dengan nilai signifikasni sebesar 0,550. Berdasarkan tabel distribusi diperoleh t tabel sebesar 0,604, karena t hitung < t tabel ($0,604 < 1,99254$) dan tingkat signifikansi > 0,05 ($0,550 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak, yang artinya *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, Berdasarkan hasil uji t diatas, didapat t hitung sebesar 3,869 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan tabel distribusi diperoleh t tabel sebesar 1,99254, karena t hitung > t tabel ($3,869 > 1,99254$) dan tingkat signifikansi < 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 6 Hasil Uji F (Simultan)
 ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.925	3	8.308	5.672	.003 ^b
	Residual	49.804	34	1.465		
	Total	74.729	37			

a. Dependent Variable: LG_Y

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, LG_X2

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 5,672 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Berdasarkan tabel distribusi F diperoleh nilai F tabel sebesar 2,73, karena nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya secara simultan agresivitas pajak, *leverage* dan ukuran perusahaan tidak/berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien determinasi
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578 ^a	.334	.275	1.21030

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Agresivitas Pajak, LG_X2

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi pada tabel tsb menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,275 atau 27,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh agresivitas pajak, *leverage* dan ukuran perusahaan sebesar 27,5%. Masih terdapat 72,5% variabel nilai perusahaan yang belum mampu dijelaskan oleh variabel agresivitas pajak, *leverage* dan ukuran perusahaan atau oleh variabel lain diluar variabel independen dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi uji t (parsial) menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajer perusahaan tidak mempengaruhi keputusan investor untuk menanamkan modalnya sebab seorang investor cenderung lebih melihat pada kestabilan dan besarnya laba yang diperoleh perusahaan bukan melihat pada besarnya beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Nur Aprida dan Aris Sanulika (2024) dan Jaunanda dan Kevin (2023) menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena upaya untuk mengurangi pajak secara legal maupun ilegal. Selain itu Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan tindakan agresivitas pajak yang diprosikan melalui beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak bukan merupakan tindakan perencanaan pajak yang bersifat agresif, sehingga pasar menerima informasi tersebut sebagai hal bukan merupakan tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen. Dengan demikian, tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan yang tergolong mematuhi aturan tersebut tidak akan mempengaruhi keputusan investor dalam menanamkan modalnya selama laba yang diperoleh perusahaan dari tahun ke tahun tetap stabil terlebih terus meningkat.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi uji t (parsial) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal tersebut menandakan bahwa perusahaan memiliki dana yang cukup untuk membiayai kegiatan operasionalnya yaitu dengan modal sendiri dibandingkan harus dengan menggunakan hutang. Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya kesesuaian dengan teori *trade off* karena dalam *trade-off theory* penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan tetapi hanya pada sampai titik tertentu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Papuania Lokobal et al (2024) dan Syah dan Aris (2024) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Investor melihat laporan keuangan secara menyeluruh, bukan hanya tingkat hutang. Tingkat *leverage* bukan aspek utama dalam keputusan investasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi uji t (parsial) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas dan skala operasi yang besar sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan besarnya ukuran perusahaan menunjukkan efektivitas pengelolaan investasi dan potensi pertumbuhan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2021) dan Ait Novatiani et al. (2024) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Perusahaan besar dianggap lebih stabil dan memiliki daya tarik investor yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan diukur dengan total aset (size) yang mencerminkan kapasitas investasi dan potensi keuntungan yang lebih besar sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan besar lebih mudah memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal, termasuk akses ke pasar modal, sehingga mendukung ekspansi dan peningkatan nilai perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh agresivitas pajak dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(BEI) periode 2016-2020, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Ait Novatiani, R., Rachmawati, R., Octavia, E., & Pereunnika G, P. (2024). Ukuran Perusahaan Dan Leverage Dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekuilnemi*, 6(2), 414–421. <https://doi.org/10.36985/fchbtk47>
- Aprilawati, N. I., & Ali, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(1), 182–189. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1205>
- Aswat, H., & Ardiansyah, E. (2023). Pengaruh profitabilitas, levergae, ukuran perusahaan, dan per terhadap nilai perusahaan (studi kasus perusahaan sektor industri barang rumah tangga di bursa efek indonesia tahun 2019-2021). *Journal of Accounting, Finance, and Auditing*, 3(1), 59–71.
- Bachrudin, B., & Ngumar, S. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(April), 1474–1491.
- Belinda, S ; Sulistyowati, E. (2025). 濟無No Title No Title No Title. 7(1), 1–23.
- Dian Nur Aprida, & Aris Sanulika. (2024). Pengaruh Agresivitas Pajak, Beban Pajak Tangguhan, dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 120–131. <https://doi.org/10.54259/akua.v3i3.2878>
- Faizra, Y. L. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 22(2), 176–188. <https://doi.org/10.30596/11507>
- Hanum, Z., & Faradila, J. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Owner*, 7(1), 479–487. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1114>
- Jaunanda, M., & Kevin, J. (2023). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Agresivitas Pajak, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Pemoderasi*. 2023, 1–14.
- Kristiadi, T., & Herijawati, E. (2023). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Lande; Wiyono, G. K. (2023). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Laverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur : Studi Kasus Perusahaan Manufaktu Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5, 330–347. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i2.1466>
- May, F., & Susanto, L. (2024). Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 6(2), 808–818. <https://doi.org/10.24912/jpa.v6i2.29726>
- Miranda Agustin Wulandari, M. N. S. (2022). Pengaruh Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Penelitian Akuntansi*, 3(2), 216–230.

- Natasha, S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 75–84. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.784>
- Nugroho, Purwanto, Joko; Nur, A. (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 8(2), 195–205.
- Papuania Lokobal, Wati Rosmawati, & Ida Harahap. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimasa Sebelum dan Sesudah Covid 19 (Periode 2018 –2022). *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(4), 163–174. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i4.699>
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 203–224. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Studi Kasus Sub Sektor Food And Beverage). *Jurnal EMBA*, 9(2), 92–100.
- Sari, C. D., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–19.
- Senja, A. C., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Wct, Leverage dan ROE terhadap Nilai Perusahaan Properti dan Real Estate. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Setiabudhi, H. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Mediasi. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 1–11. www.idx.co.id.
- Syah, A. A., & Aris, M. A. (2024). Leverage, Profitability , And Liquidity: Their Effect On Company Value By Moderating Dividend Policy Variables Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas : Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderating Variabel Kebijakan Dividen. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5476–5490. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Triyanto, D. N., & Putri, R. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Pergantian Auditor, Rapat Komite Audit dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 4(2), 278–288. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.6823>