

PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada
Perusahaan Kesehatan Yang Terdaftar di BEI
Tahun 2021-2023)

Felisha Triandini¹, Zikri Aidilla Syarli²

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

zikri.aidilla.syarli@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan pendekatan Random Effect Model. Sampel penelitian terdiri dari 16 perusahaan, dengan total 48 data laporan keuangan yang diambil dari laporan tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi 0,9111. Sebaliknya profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi yang sangat rendah yaitu 0,0008. Ukuran perusahaan dan pertumbuhan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,2614 dan 0,4144. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 26,76% menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabilitas nilai perusahaan, sementara 73,34% ketergantungan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan juga memberikan panduan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi di sektor kesehatan yang dinamis.

Kata Kunci: Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the impact of tax planning, profitability, company size, and sales growth on the value of companies in the healthcare sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021-2023. The method used in this research is panel data regression analysis with a Random Effect Model approach. The sample consists of 16 companies, with a total of 48 financial statement data taken from annual reports. The results indicate that tax planning does not have a significant effect on company value, with a significance value of 0.9111. In contrast, profitability has a positive and significant impact on company value, with a very low significance value of 0.0008. Company size and sales growth do not show a significant effect on company value, with significance values of 0.2614 and 0.4144, respectively. The coefficient of determination (R^2) obtained is 26.76%, indicating that the independent

variables can explain the variability in company value, while 73.34% of the dependence is influenced by other factors not examined in this study. This research is expected to serve as a reference for future studies and provide guidance for investors in making investment decisions in the dynamic healthcare sector.

Keywords: *Tax Planning, Profitability, Company Size, Sales Growth, Company Value*

PENDAHULUAN

Dalam berbisnis, sebuah Perusahaan berusaha untuk meningkatkan daya saing terhadap pesaing lainnya. Tujuan utama dari upaya peningkatan kinerja ini adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan para investor atau pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai Perusahaan (Nabella 2023). Nilai perusahaan adalah salah satu aspek yang sangat penting untuk diperhatikan investor saat menilai investasi mereka. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pandangan investor mengenai suatu perusahaan yang berhubungan dengan harga sahamnya (Bitu et al., 2021). Dalam menjalankan operasionalnya, manajemen perusahaan harus memperhatikan nilai perusahaan, karena nilai tersebut mencerminkan sejauh mana keberhasilan yang dicapai, yang biasanya diukur melalui harga saham Perusahaan (Dzahabiyya et al., 2020).

Nilai perusahaan yang tinggi atau rendah dapat dilihat dari kualitas laporan keuangan yang dipublikasikan setiap tahun. Oleh karena itu, investor perlu memperhatikan informasi yang tercantum dalam laporan keuangan tersebut (Luis 2022). Nilai perusahaan dapat dinilai berdasarkan harga saham yang terjual di pasar, yang menggambarkan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan secara langsung. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar dianggap sebagai indikator dari nilai Perusahaan (Harmono 2018: 50). Harga saham biasanya mencerminkan nilai Perusahaan semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Bitu et al., 2021). Nilai perusahaan berperan untuk membangun harga saham serta memperoleh laba.

Para investor juga mulai lebih berhati-hati dalam membeli saham di bursa efek, mengingat fluktuasi harga yang terjadi. Oleh karena itu, transaksi jual beli saham menjadi lebih selektif (Aziz & Widati, 2023). Menurut Luis (2022) Setiap

perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai mereka guna menarik minat para investor. Namun, tidak semua perusahaan dapat dengan cepat meningkatkan nilainya, terutama ketika harga saham mereka terus mengalami penurunan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penentuan harga saham di pasar sangat dipengaruhi oleh tingkat efisiensi pasar

Tabel 1
Perkembangan Indeks Sektor Kesehatan Dari Tahun 2021-2023.

Periode	Indeks	YTD
Smt I-2021	1.342,39	2,45%
Smt II-2021	1.420,07	4,27%
Smt I-2022	1.519,86	7,03%
Smt II-2022	1.564,98	10,20%
Smt I-2023	1.481,62	-5,33%
Smt II-2023	1.376,16	-12,07%

Sumber: [www.idx,2024](http://www.idx.co.id)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas merupakan data mengenai perkembangan Indeks Sektor Kesehatan dari 2021 hingga 2023 menunjukkan fluktuasi signifikan. Pada semester I 2021, indeks berada di angka 1.342,39 dengan YTD 2,45%. Pada semester II 2021, indeks meningkat menjadi 1.420,07, namun YTD menurun menjadi 4,27%. Semester I 2022 melihat kenaikan indeks menjadi 1.519,86 dengan YTD 7,03%, dan pada semester II 2022, indeks mencapai 1.564,98 dengan YTD 10,20%, menunjukkan momentum pertumbuhan yang kuat. Namun, pada tahun 2023, terjadi penurunan. Semester I mencatat indeks menurun menjadi 1.481,62 dengan YTD -5,33%, dan pada semester II, indeks kembali turun menjadi 1.376,16 dengan YTD -12,07%.

Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa meskipun sektor kesehatan menunjukkan pertumbuhan yang baik pada tahun 2021 dan 2022, ada tantangan yang dihadapi pada tahun 2023 yang menyebabkan penurunan indeks yang signifikan kinerja saham di sektor Kesehatan. Selain itu, kinerja saham kesehatan termasuk farmasi dan rumah sakit terpantau masih kurang menggembirakan pada tahun 2023. Dari 11 saham farmasi yang dipantau, hanya

empat yang mengalami kenaikan. Tidak hanya emiten dari sektor farmasi, tetapi juga saham-saham yang bergerak di bidang kesehatan, termasuk rumah sakit. Sayangnya, kondisi saham rumah sakit lebih buruk dibandingkan dengan saham farmasi, di mana dari 11 emiten rumah sakit, hanya tiga yang menunjukkan kinerja positif. Kinerja saham di sektor rumah sakit menunjukkan variasi yang besar, dengan sebagian besar emiten mencatatkan hasil negatif (www.cnbcindonesia).

Kinerja negatif saham di Sektor Kesehatan sejalan dengan penurunan laba bersih yang dialami oleh emiten farmasi dan rumah sakit. Saham PT Prodia Widyahusada Tbk (PRDA) mencatat penurunan terbesar, mencapai 10%. Perusahaan ini melaporkan laba bersih yang menyusut 6,9% dibandingkan tahun lalu, menjadi Rp 148,7 miliar. Emiten rumah sakit lainnya yang mengalami penurunan kinerja adalah PT Mitra Keluarga Karyasehat Tbk (MIKA). Laba bersih yang dapat dialokasikan kepada pemilik entitas induk per 30 Juni 2023 tercatat sebesar Rp453,1 miliar, menurun dari Rp529,7 miliar pada periode yang sama tahun lalu. Penurunan laba MIKA disebabkan oleh berkurangnya pendapatan, terutama dari layanan rawat jalan. Selain itu, kenaikan beban usaha juga berkontribusi terhadap penurunan laba.

Pergerakan harga saham di Sektor Kesehatan telah mengalami penurunan yang berkepanjangan. Sejak awal tahun, 2023 indeks sektoral Kesehatan (IDXHEALTH) masih terjebak dalam zona koreksi, dengan penurunan lebih dari 12%, yaitu tepatnya minus 12,2%. Hal ini disebabkan oleh kurangnya permintaan terhadap Perusahaan Kesehatan. Penurunan laba bersih Perusahaan berdampak signifikan pada aspek internal Perusahaan. Meningkatkan laba sebanyak mungkin sangat penting untuk kesejahteraan para investor. Dengan banyaknya saham di sektor Farmasi yang menunjukkan kinerja negatif dan penurunan harga, hal ini mengindikasikan bahwa pasar memiliki pandangan pesimis terhadap prospek perusahaan-perusahaan di sektor Kesehatan (www.cnbcindonesia).

Dengan memahami nilai perusahaan, pemangku kepentingan dapat menilai stabilitas dan daya saing emiten di pasar. Investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih baik dengan mengetahui informasi penyebab naik turunnya harga saham. Dari fenomena di atas hal tersebut menunjukkan bahwa, menurut Harjito Agus dan Martono informasi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk

mengalami kenaikan atau penurunan harga saham ini karena nilai sebuah perusahaan lebih besar jika harga sahamnya lebih tinggi, dan nilainya lebih rendah jika harga sahamnya lebih rendah (Pujarini, 2020).

Perencanaan pajak merupakan suatu strategi yang disusun oleh entitas untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar tanpa melanggar ketentuan perpajakan (D. Sari & Irawati, 2021). Menurut Christiani (2022) Semakin besar upaya perencanaan pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan, semakin besar pengaruhnya terhadap laba, pendapatan, dan harga sahamnya. Dengan demikian, hal ini juga akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indriany et al., (2021) mengungkapkan bahwasannya strategi perencanaan pajak memiliki pengaruh secara positif terhadap peningkatan nilai Perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Astuti et al., 2021) hasil penelitian menunjukkan jika perencanaan pajak tidak berpengaruh pada nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan sejauh mana entitas mampu memperoleh keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Meningkatnya tingkat profitabilitas mencerminkan semakin besarnya kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Nabella 2023). Profitabilitas berkaitan erat dengan nilai perusahaan karena, lebih banyak keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimiliki oleh Perusahaan maka akan lebih menarik investor dan pemegang saham. Pada penelitian yang dilakukan oleh Iman et al (2021) bahwa tingkat profitabilitas secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Nur utami & Widati, (2022) menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan

Menurut Dewantri Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mengkategorikan perusahaan sebagai kecil atau besarnya, salah satu cara tersebut adalah dengan menganalisis Jumlah keseluruhan sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan itu. (Meifari, 2023). Ukuran perusahaan yang tinggi berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Ini dikarenakan oleh fakta bahwa perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik, karena manajer dapat mengoptimalkan penggunaan aset yang tersedia. Stabilitas ini menjadi faktor penentu dalam peningkatan harga saham di pasar modal, di mana Perusahaan

besar sering kali menjadi subjek ekspektasi tinggi dari para investor (Farizki et al., 2021). Menurut (Kofifah, 2022) Ukuran perusahaan menunjukkan hasil positif dan dapat memengaruhi nilai Perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jufrizen & Al Fatin (2020) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan adalah salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan. Pendapatan yang dihasilkan dari transaksi atas produk atau layanan tertentu dapat dimanfaatkan untuk menilai seberapa besar tingkat pertumbuhannya (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Peningkatan penjualan yang signifikan akan menunjukkan adanya kenaikan pendapatan, yang pada gilirannya akan mendorong investor agar bersedia melakukan investasi, karena harga saham diperkirakan akan terus meningkat (Fajriah et al., 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah et al (2022) pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, Penelitian yang dilakukan oleh Romadhina & Andhityara (2021) memberikan hasil yang berbeda, yakni bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor kesehatan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023. Berdasarkan pada fenomena yang telah dikemukakan diatas serta didukung oleh riset-riset sebelumnya sehingga ditemukan gap antara penelitian satu dengan penelitian lainnya yang menunjukkan adanya inkonsistensi antara hasil penelitian dengan data pendukung.

STUDI LITERATUR

Teori Agensi (Agency Theory)

Dalam Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan teori agensi sebagai sebuah perjanjian di mana satu atau lebih pihak (principal) meminta pihak lain (agen) untuk melakukan tugas tertentu demi kepentingan para principal. Menurut Teori agensi berkaitan dengan nilai perusahaan karena terdapat konflik antara

agen (manajemen) dan pemegang saham yang disebut principal. Teori ini berasumsi bahwa setiap individu bertindak sesuai dengan kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham, sebagai principal, biasanya hanya peduli pada hasil keuangan, seperti peningkatan pembagian dividen. Di sisi lain, manajer sebagai agen diharapkan mencari kepuasan dari kompensasi yang tinggi dan keuntungan lain dalam hubungan tersebut. Perbedaan kepentingan ini menyebabkan konflik antara pemilik (principal) dan manajer (agen) (Nuradawiyah & Susilawati, 2020).

Perencanaan pajak dapat dilihat sebagai upaya manajemen untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan mengurangi beban pajak. Namun, ada potensi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Manajemen mungkin memiliki insentif untuk melakukan perencanaan pajak yang agresif jika mereka percaya bahwa hal itu akan meningkatkan laba dan, pada gilirannya, nilai perusahaan. Namun, jika manajemen tidak transparan dalam perencanaan pajak, hal ini dapat menimbulkan keraguan di kalangan investor, yang menganggap bahwa tindakan tersebut lebih menguntungkan bagi manajemen daripada pemegang saham.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal diperkenalkan oleh Spence (1973), yang menjelaskan bahwa pengirim memberikan sinyal berupa informasi berkualitas tinggi yang menggambarkan situasi perusahaan tersebut. Hal ini membantu investor dalam membedakan antara perusahaan yang memiliki kualitas tinggi dan yang lebih rendah. Teori sinyal digunakan untuk menganalisis fluktuasi harga saham di pasar modal, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan investasi. Respon investor terhadap sinyal yang positif maupun negatif akan berdampak pada kondisi pasar. Investor cenderung bereaksi dengan berbagai cara, seperti memantau perkembangan yang terjadi sebelum akhirnya mengambil Keputusan (D. P. Sari, 2022).

Menurut Nabella (2023) Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menggunakan informasi keuangannya sebagai sinyal kepada pasar. Perusahaan yang lebih besar biasanya dianggap lebih stabil dan dapat diandalkan. Ukuran Perusahaan ini menjadi sinyal positif yang mempengaruhi persepsi risiko dan potensi keuntungan di mata investor (Farizki et al., 2021).

Pertumbuhan penjualan yang konsisten menunjukkan kemampuan perusahaan untuk berkembang, memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek baik di masa depan (Romadhina 2021). Teori sinyal memberikan kerangka untuk mengevaluasi bagaimana informasi yang diterima oleh investor mempengaruhi keputusan investasi dan, pada akhirnya, nilai perusahaan di pasar.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap seberapa efektif manajer dalam mengelola sumber daya yang diberikan, yang sering kali berhubungan dengan harga saham. Nilai ini menjadi ukuran dari kinerja yang telah dicapai oleh manajer (Maryadi & Djohar, 2022). Nilai perusahaan merupakan salah satu aspek krusial yang diperhatikan oleh investor sebelum mengambil keputusan investasi. Nilai ini mewakili persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, yang umumnya berkaitan erat dengan pergerakan harga saham. Berbagai indikator di pasar saham yang mempengaruhi nilai perusahaan juga menentukan seberapa besar potensi investasi yang dimiliki. (Mutiah, 2023).

Perencanaan Pajak

Pengertian perencanaan pajak menurut Maryadi & Djohar (2022) adalah Proses pengelolaan usaha bagi wajib pajak, baik individu maupun badan usaha, dilakukan dengan cara memanfaatkan berbagai celah yang tersedia dalam peraturan perpajakan. . Luis, (2022) Perencanaan pajak adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi beban pajak hingga seminimal mungkin dari total yang seharusnya dibayarkan kepada pemerintah. Dalam penelitian ini, pengukuran perencanaan pajak yang digunakan adalah Tarif Pajak Efektif atau *Effective Tax Rate*.

Profitabilitas

Profitabilitas Merujuk pada sejauh mana perusahaan dapat memperoleh keuntungan dengan mengelola sumber daya yang ada secara maksimal Dengan kata lain, inti profitabilitas terletak pada seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya untuk mendapatkan keuntungan. Sasaran utama yang diharapkan tercapai oleh suatu bisnis adalah meraih keuntungan sebesar-besarnya (Nirawati et al., 2022). Selain itu, rasio ini juga mencerminkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola perusahaan (Ndruru et al., 2020).

Ukuran Perusahaan

Menurut Amaliyah & Herwiyanti (2020) Ukuran perusahaan adalah ukuran seberapa besar atau kecilnya sebuah perusahaan berdasarkan jumlah asset yang dimilikinya. Hal ini menjadi pertimbangan penting bagi calon investor dalam memutuskan untuk menanamkan dana mereka. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal untuk menarik perhatian investor dan memengaruhi nilai Perusahaan. Kolamban et al., (2020) Ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki. Perusahaan dapat dibedakan menjadi dua kategori: perusahaan kecil dan perusahaan besar. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besarnya ekuitas, penjualan, atau total aktiva. Semakin besar total aktiva perusahaan, semakin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tingkat kedewasaan. Semakin tinggi total aktiva suatu perusahaan, maka semakin meningkat ukuran perusahaan tersebut.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu indikator yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin meningkat pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan, semakin jelas bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk memberikan imbal hasil kepada para investor (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Pertumbuhan penjualan menggambarkan kinerja perusahaan pada periode sebelumnya dan dimanfaatkan untuk meramalkan pencapaian di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini meneliti pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di sektor kesehatan di Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang digunakan berasal dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan situs terpercaya lainnya yang menyediakan informasi keuangan perusahaan sektor kesehatan yang tercatat di BEI selama periode 2021 hingga 2023. Dalam konteks ini Populasi Merujuk pada kelompok objek atau subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk ditafsirkan dan disimpulkan. Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di sektor kesehatan di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023, dengan total sebanyak 33 perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode purposive sampling untuk memilih sampel. Kriteria yang

digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Tabel Pemilihan Sampel

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Populasi: Perusahaan Kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023	33
2	Perusahaan yang tidak terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2021 hingga 2023.	(10)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian	(7)
4	Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap terkait variabel penelitian.	0
5	Sampel Penelitian	16
6	Periode Penelitian	3
7	Total Sampel (S x Periode Penelitian)	48

Sumber: diolah Peneliti tahun 2024

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan setelah melakukan perhitungan populasi, jumlah sampel yang memadai dan memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian adalah

Tabel 3
Perusahaan Yang Dijadikan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
2	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
3	MERK	Merck Tbk.
4	MIKA	Mitra Keluarga Karyasehat Tbk.
5	SAME	Sarana Meditama Metropolitan T
6	SCPI	Organon Pharma Indonesia Tbk.
7	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido
8	SILO	Siloam International Hospitals
9	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
10	PRDA	Prodia Widyahusada Tbk.
11	HEAL	Medikaloka Hermina Tbk.
12	PEHA	Phapros Tbk.
13	IRRA	Itama Ranoraya Tbk.

14	SOHO	Soho Global Health Tbk.
15	BMHS	Bundamedik Tbk.
16	RSGK	Kedoya Adyaraya Tbk.

Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y) adalah Nilai Perusahaan, sedangkan Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independent (X) yang terdiri dari Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel Tabel 3.3 di bawah ini memberikan rincian lebih lanjut mengenai cara variabel penelitian ini dioperasikan:

Tabel 4
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Perencanaan Pajak (X1)	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$ (Luis, 2022)	Rasio
Profitabilitas (X2)	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah pajak}}{\text{Total asset}}$ (Wulandari & Efendi, 2021)	Rasio

Ukuran Perusahaan (X3)	Ukuran Perusahaan (size) =LN(Total Asset) (Amaliyah & Herwiyanti, 2020)	Rasio
Pertumbuhan Penjualan (X4)	Pertumbuhan Penjualan = $\frac{(\text{Penjualan}(t) - \text{Pertumbuhan}(t1))}{\text{penjualan}(t-1)}$ (Arianti, 2022)	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Tobins'Q = (MVE+ D) / TA (Miftakhul Jannah, 2023)	Rasio

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena data yang relevan terkait dengan permasalahan yang diteliti diperoleh dari laporan tahunan perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021 hingga 2023. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Laporan keuangan tahunan, atau yang biasa disebut laporan tahunan, dapat diakses melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) maupun situs web perusahaan terkait. Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi data panel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Eviews*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

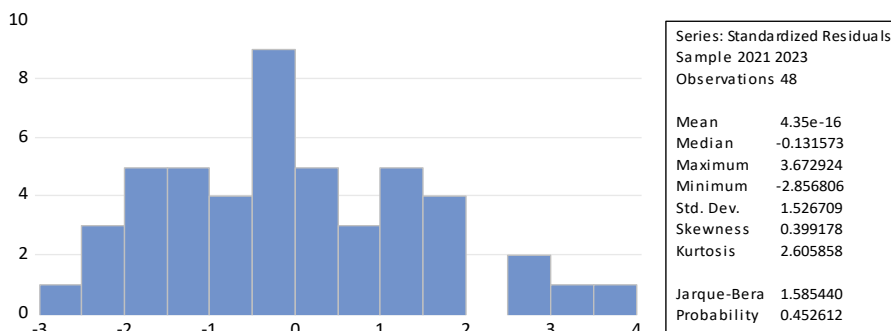
Analisis statistik deskriptif

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	2.423304	0.255371	0.101804	28.87187	0.107141
Median	1.952074	0.227416	0.093671	28.87329	0.063592
Maximum	6.799477	0.746241	0.309881	30.93576	1.340409
Minimum	0.283797	0.001147	0.001864	27.32167	-0.428995
Std. Dev.	1.652840	0.106395	0.072104	0.982381	0.274365
Skewness	1.271995	2.172803	0.766706	0.243753	2.010096
Kurtosis	3.919205	11.65029	3.445000	2.258386	10.00922
Jarque-Bera	14.63365	187.4235	5.098753	1.575308	130.5823
Probability	0.000664	0.000000	0.078130	0.454911	0.000000
Sum	116.3186	12.25782	4.886613	1385.850	5.142759
Sum Sq. Dev.	128.3984	0.532038	0.244350	45.35838	3.537989
Observations	48	48	48	48	48

Sumber: Hasil output Eviews 12,2024

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil analisis deskriptif pada data perencanaan pajak (X1), profitabilitas (X2), ukuran Perusahaan (X3), pertumbuhan penjualan (X4) dan nilai Perusahaan (Y) dengan jumlah data observasi total 48 data

Uji Normalitas



Berdasarkan hasil pengujian di atas, diperoleh nilai *Jarque-Bera* sebesar 1,5854 dengan nilai *probability* sebesar 0,4526. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai *probability* melebihi 0,05 yang mengindikasikan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	-0.401311	-0.124476	-0.219705
X2	-0.401311	1.000000	0.126358	0.168052
X3	-0.124476	0.126358	1.000000	-0.024085
X4	-0.219705	0.168052	-0.024085	1.000000

Berdasarkan tabel di atas merupakan hasil uji correlation matrix,

menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai koefisien korelasi antara variabel independent yang melebihi 0,90. Hal ini membuktikan bahwa tidak ada terjadinya multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

F-statistic	0.784316	Prob. F(4,43)	0.5417
Obs*R-squared	3.263927	Prob. Chi-Square(4)	0.5147
Scaled explained SS	2.795182	Prob. Chi-Square(4)	0.5927

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa nilai signifikansi atau probabilitas sebesar $0.5417 > 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

F-statistic	2.029493	Prob. F(2,41)	0.1444
Obs*R-squared	4.323917	Prob. Chi-Square(2)	0.1151

Berdasarkan hasil uji tabel di atas, menunjukkan bahwa *Obs*R squared* bagian *Prob. Chi-Square(2)* menunjukkan nilai sebesar 0.1151 lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.549201	(15,28)	0.0003
Cross-section Chi-square	59.261756	15	0.0000

Berdasarkan hasil tabel di atas, hasil *uji chow* atau *likelihood ratio test* menunjukkan hasil bahwa model yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect model*, dikarenakan dapat dilihat dari *cross-section f* bagian prob. 0.0000 lebih kecil dari 0,05 yang Jika nilai *p-value* dari *uji Chi Square* untuk *cross section* kurang dari α 0,05 (5%) atau nilai *p-value* dari uji F kurang dari α 0,05 (5%), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.064323	4	0.1325

Berdasarkan hasil tabel di atas, hasil uji hausman menunjukkan *cross-*

section random bagian prob. 0.1325 yang artinya lebih besar dari 0.05 maka terpilih model *Random Effect Model*. jika *p value* untuk *cross section random* lebih besar atau sama dengan α 0,05 (5%), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti metode yang lebih tepat adalah *Random Effect*.

Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	10.41080 (0.0013)	0.280470 (0.5964)	10.69127 (0.0011)
Honda	3.226577 (0.0006)	0.529594 (0.2982)	2.656014 (0.0040)
King-Wu	3.226577 (0.0006)	0.529594 (0.2982)	1.604174 (0.0543)
Standardized Honda	3.627797 (0.0001)	1.364568 (0.0862)	-0.111547 (0.5444)
Standardized King-Wu	3.627797 (0.0001)	1.364568 (0.0862)	-0.253639 (0.6001)
Gourieroux, et al.	--	--	10.69127 (0.0017)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil uji *lagrange multiplier* model yang tepat digunakan yaitu *Random Effect Model* bahwa Dilihat dari *Breusch-pagan* bagian *cross-section* dalam kurung 0.0013 yang artinya lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, yang artinya, model yang digunakan adalah *random effect*.

Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.35682	9.460936	-1.094693	0.2797
X1	0.192762	1.716018	0.112331	0.9111
X2	14.41217	3.972839	3.627676	0.0008
X3	0.372482	0.327320	1.137976	0.2614
X4	-0.516438	0.626625	-0.824158	0.4144

Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + e_{it}$$

$$Y = -10.35682 + 0.192762X_1 + 14.41217X_2 + 0.372482X_3 - 0.516483X_4$$

Uji Parsial (T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.35682	9.460936	-1.094693	0.2797
X1	0.192762	1.716018	0.112331	0.9111
X2	14.41217	3.972839	3.627676	0.0008
X3	0.372482	0.327320	1.137976	0.2614
X4	-0.516438	0.626625	-0.824158	0.4144

Koefisien Determinasi (R2)

R-squared	0.267659	Mean dependent var	0.876148
Adjusted R-squared	0.199535	S.D. dependent var	1.206171
S.E. of regression	1.079146	Sum squared resid	50.07593
F-statistic	3.928963	Durbin-Watson stat	1.680206
Prob(F-statistic)	0.008336		

Berdasarkan hasil tabel di atas, diperoleh nilai R-squared sebesar 0.2676 atau 26,76%. Ini berarti koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen seperti perencanaan pajak, profitabilitas, ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan memiliki hubungan yang moderat dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan, yaitu sebesar 26,76%. Sementara itu, 73,33% (100% - nilai R-squared) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

a. Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian, variabel perencanaan pajak memiliki nilai t-Statistic sebesar 0.112331 dengan nilai prob. (signifikansi) 0.9111 (>0.05) sehingga H1 ditolak, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap variabel nilai Perusahaan. Bitasari et al., (2024) para investor tidak terlalu fokus pada perbandingan antara jumlah pajak yang mereka bayar dan pendapatan yang mereka terima sebelum dikenakan pajak. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan atau pemahaman mereka mengenai pajak. Teori yang relevan dalam konteks ini adalah teori keagenan. Biaya pemeriksaan ini menciptakan biaya agensi, yaitu biaya yang timbul akibat perbedaan informasi antara pemilik (prinsipal) dan manajemen (agen), yang dapat mengurangi kesejahteraan pemilik.

Jika perusahaan tidak memiliki strategi perencanaan pajak yang baik, maka hal ini dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan memanfaatkan peluang untuk menurunkan laba yang dilaporkan, investor akan

menilai kondisi perusahaan melalui laporan laba rugi. Laba yang lebih rendah bisa diartikan sebagai indikasi adanya kebijakan yang merugikan, yang pada akhirnya akan mengurangi tingkat kepercayaan investor dan menurunkan nilai Perusahaan (Janah & Munandar, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryadi & Djohar (2022), Astuti et al., (2021) yang menemukan bahwa perencanaan pajak tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel profitabilitas memiliki nilai t-Statistic sebesar 3.6276 dengan nilai prob. (signifikansi) 0.0008 (<0.05) sehingga H2 diterima, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai Perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan, karena mencerminkan kinerja perusahaan yang positif dan dapat meningkatkan kepercayaan investor. Ketika semakin banyak investor tertarik untuk menanamkan modalnya, hal ini berpotensi mendorong kenaikan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai Perusahaan (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Temuan ini sejalan dengan teori sinyal, yang mengemukakan bahwa perusahaan perlu memberikan sinyal positif kepada investor untuk menggambarkan kondisi keuangan mereka. Profitabilitas merupakan rasio yang paling efektif dalam memprediksi pertumbuhan laba dan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai posisi perusahaan yang menguntungkan. Ketika ada imbal hasil bagi investor, harga saham akan meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai Perusahaan (Munzir et al., 2023). Temuan ini sesuai dengan penelitian Kofifah (2022), Ferdila et al., (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian variabel ukuran Perusahaan memiliki nilai t-Statistic sebesar 1.1379 dengan nilai prob. (signifikansi) 0.2614 (>0.05) sehingga H3 ditolak, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan, baik besar maupun kecil, tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Ketika

seorang investor menilai sebuah perusahaan, mereka tidak hanya mempertimbangkan ukuran yang tercermin dari total aset yang dimiliki. Sebaliknya, investor cenderung fokus pada berbagai aspek lain, seperti kinerja perusahaan yang terlihat dalam laporan keuangan, reputasi perusahaan, serta kebijakan dividen, sebelum memutuskan untuk berinvestasi (Alifian & Susilo, 2024).

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui total aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan total aset yang sangat besar sering dianggap sebagai indikasi negatif oleh investor maupun calon investor. Ukuran perusahaan yang besar dianggap dapat mengurangi efisiensi dalam pengawasan operasional dan strategi oleh manajemen, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai Perusahaan (Azizah & Widyawati, 2021). Hal ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Amaliyah & Herwiyanti (2020), Kalbuana et al., (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

d. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai t-Statistic sebesar -0.8421 dengan nilai prob. (signifikansi) 0.4144 (>0.05) sehingga H4 ditolak maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap variabel nilai Perusahaan. Berdasarkan analisis uji tersebut semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin menurun nilai Perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan Yulimtinan & Atiningsih (2021) bahwa Fluktuasi dalam pertumbuhan penjualan suatu perusahaan tidak akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut. Pertumbuhan penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan keuntungan bersih perusahaan. Oleh karena itu, meskipun terjadi peningkatan dalam pertumbuhan penjualan, belum tentu dapat menyebabkan kenaikan harga saham yang dapat meningkatkan nilai organisasi. Hal ini disebabkan karena perusahaan mungkin belum efisien dalam mengelola biaya-biaya yang mereka keluarkan (Anggraini & Agustiningsih, 2022).

Pertumbuhan penjualan tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, karena seiring dengan peningkatan penjualan, biaya yang harus dikeluarkan perusahaan juga cenderung meningkat. Selain itu, peningkatan

pertumbuhan penjualan tidak selalu diiringi dengan kenaikan laba perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Imawan & Triyonowati (2021), Kasih et al, (2025) berpendapat pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023. Berdasarkan hasil uji yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut Kesimpulan dari hasil uji dalam penelitian ini:

1. Perencanaan pajak tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023, Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat perencanaan pajak yang diterapkan oleh manajemen perusahaan. Karena hampir semua perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajaknya. Oleh karena itu, ketika investor memutuskan untuk berinvestasi, mereka tidak hanya mempertimbangkan aspek pajak, tetapi lebih fokus pada keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut
2. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Hasil uji analisis menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas berhubungan dengan meningkatnya nilai Perusahaan. Karena mencerminkan kinerja perusahaan yang positif dan dapat meningkatkan kepercayaan investor. Peningkatan profitabilitas akan memberikan kontribusi pada peningkatan pengembalian yang diterima investor. Ketika semakin banyak investor tertarik untuk menanamkan modalnya, hal ini berpotensi mendorong kenaikan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.
3. Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Berdasarkan analisis ini, ukuran perusahaan tidak dapat dianggap sebagai faktor yang berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan, baik

besar maupun kecil, tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa ukuran perusahaan, yang diukur melalui total aset, biasanya lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya. Sehingga ukuran Perusahaan belum tentu dapat meningkatkan nilai Perusahaan

4. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Pertumbuhan penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan keuntungan bersih perusahaan. Oleh karena itu, meskipun terjadi peningkatan dalam pertumbuhan penjualan, belum tentu dapat menyebabkan kenaikan harga saham yang dapat meningkatkan nilai organisasi.

REFERENSI

- Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(1), 46–55. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1914>
- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 39–51. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.2783>
- Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- 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>
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i3.233>
- Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024). Pengaruh roa, der, cr dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di bei. *Jrak*, 10(2), 191–204.

- 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>
- Dzahabiyah, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. M. (2020). Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 3(1), 46–55. <https://doi.org/10.26533/jad.v3i1.520>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Harmono. (2018). *Manajemen Keuangan* (Ed.1, Cet.). PT Bumi Aksara.
- Iman et al. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2> Pengaruh
- Imawan, R., & Triyonowati. (2021). Pengaruh profitabilitas, kebijakan hutang, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan ritel di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–17.
- Indriany, M., Herman Wijaya, & Lulu Nailufaroh. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (JIKa)*, 1(2), 86–95. <https://doi.org/10.30656/jika.v1i2.3848>
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 494–512.
- Kasih et al. (2025). PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUAMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022 Khari. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 4(1), 16–30.
- Kofifah. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 645–656. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30225>
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analysis of The Effect of Leveragem Profitability and Company Size on Firm Value in The Banking Industry Registered on The IDX. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.

- Kusumanegara, I., Syafitri, Y., & Armereo, C. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 178–188. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.13319>
- Luis, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 20(2), 99–108.
- Maryadi, M., & Djohar, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 442–453. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i2.162>
- Meifari, V. (2023). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Nucl. Phys.*, 3(3), 265.
- Mutiah, M. W. Y. (2023). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Selama Pandemi Covid-19. *Telaah Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(1), 31–46. <https://doi.org/10.21776/tiara.2023.1.1.11>
- Nabella., Nengsih., K. (2023). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII) PERIODE 2019-2021. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 8(1).
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage, Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 2621–5306.
- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., RyanSyahputra, M., Khrisnawati, N., & Saputri, Y. (2022). Profitabilitas dalam Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.
- Nur utami, C., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(1), 885–893. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.682>
- Nuradawiyah, A., & Susilawati, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks LQ45). *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 218–232.
- PUJARINI, F. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting & Management Innovation*, Vol.4 No.1. <https://doi.org/10.55338/jeama.v2i1.57>
- Romadhina, & Andhityara. (2021). PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 5(2), 523–531. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2.455>

- Sari, D., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak , Struktur Modal Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Moderasi. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 6(1), 1–12.
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422>