AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 4, No. 2, Mei 2024

Optimalisasi Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal, Perencanaan Pajak, dan Pertumbuhan Penjualan: Peran Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Fitria Eka Ningsih[1], Hari Stiawan[2], Nurhayati[3]
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen01080@unpam.ac.id[1], dosen01254@unpam.ac.id[2],
nurhayati02644@unpam.ac.id[3]

Submitted: 20th February 2024 | **Edited**: 15th April 2024 | **Issued**: 01st May 2024

Cited on: Ningsih, F. E., Stiawan, H., & Nurhayati, N. (2024). Optimalisasi Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal, Perencanaan Pajak, dan Pertumbuhan Penjualan: Peran Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 4*(2), 861-873.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of capital structure, tax planning and sales growth on company value with financial performance as a moderating variable in LQ45 index companies. This type of research is quantitative using secondary data obtained from the Indonesian Stock Exchange (BEI) and the website of each company and the analysis technique used in this research uses multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with the help of the E-views version of the software. 9. Research was conducted on LQ45 index companies. The data sampling technique used purposive sampling, the research samples were 13 companies with observations for 5 years 2018-2022. The results of this research show that partially, capital structure has a negative effect on company value. Partially, tax planning has no effect on company value. Partially, Sales Growth has no effect on Company Value, Simultaneously the variables capital structure, tax planning and sales growth influence company value, company performance as a moderating variable influences company value, and in model 2 the interaction of capital structure and company performance influences company value.

Keywords: Capital Structure, Tax Planning, Sales Growth, Company Value, Financial Performance

PENDAHULUAN

Pada awal bulan Maret 2020 pemerintah secara resmi mengumumkan adanya pasien Covid-19 di Indonesia. Pemerintah menerapkan beberapa cara untuk mencegah penularan Covid-19, salah satunya adalah membatasi orang untuk keluar rumah. Hal ini tentu memukul sektor perekonomian. Di bulan Maret 2020 IHSG mengalami penurunan paling signifikan, tetapi bersamaan dengan bertambahnya kasus Covid-19, IHSG terus mengalami peningkatan. Salah satu penggerak IHSG adalah indeks LQ45 yang berisi perusahaan yang sahamnya paling likuid dan mempunyai prospek yang bagus di masa depan(Astuti et al., 2021).

Keuntungan yang diharapkan investor pada saat membeli saham adalah dividen dan capital gain. Tetapi di samping keuntungan potensi kerugian juga sama besarnya. Investor akan mempertimbangkan banyak hal untuk mengurangi risiko kerugian yang dihadapi ketika akan membeli saham. Investor hanya akan membeli saham ketika yakin bahwa nilai perusahaan akan naik di masa mendatang. Indeks harga saham LQ45 yang terus naik menunjukkan bahwa saham LQ45 diapresiasi dengan baik oleh investor karena dianggap bahwa saham LQ45 mempunyai nilai.Nilai perusahaan diindikasikan dengan harga saham, jika nilai perusahaan meningkat menyebabkan harga saham akan meningkat juga(Astuti et al., 2021).

Tahun 2020 sudah memasuki kuartal terakhirnya yakni Kuartal IV. Kondisi ekonomi tahun ini memang tidak bisa dikatakan impresif baik secara umum, maupun pasar modal secara khusus. Sentimen utama dan terutama yang menjadi pemicu suramnya pasar modal pada tahun ini tidak lain dan tidak bukan adalah kemunculan virus Covid-19 yang merebak luas dan akhirnya menjadi pandemi global.

Indonesia tentu saja tidak luput terserang oleh pandemi ini, baik di secara riil, maupun di sektor keuangan. Data Kementerian Kesehatan mencatat per Rabu (7/10/20) mencatat total konfirmasi positif pasien corona di Indonesia mencapai 315,714 orang sejak dikabarkan singgah di Indonesia Maret silam. Hingga kemarin Rabu (7/10/2020), konfirmasi kasus positif kembali berada di atas angka 4.500 yakni 4.538. Dengan konfirmasi kasus harian positif yang sudah anteng di atas angka 4.000 dan belum menunjukkan kurva penambahan harian yang melandai, kejelasan kapan akan selesainya pandemi ini terlihat masih buram.Di pasar modal, hal yang serupa juga terjadi. Secara tahun (YTD) berjalan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menjadi indeks acuan pasar modal di Indonesia secara umum masih terkoreksi cukup parah yakni anjlok 20,56% sejak awal tahun. Sedangkan Indeks LQ45 yang menjadi indeks acuan pasar modal Indonesia secara khusus karena Indeks ini memiliki konstituen saham-saham yang memiliki likuiditas tinggi dan prospek usaha yang mumpuni bahkan terkoreksi lebih parah 24,67%.

Tentu saja tidak semua saham terdampak sama parahnya oleh virus Covid-19, berberapa saham memang sudah mulai pulih pascacorona,bahkan berberapa sektor ada yang diuntungkan dengan kehadiran Covid-19. Akan tetapi tentu saja saham-saham yang direpotkan dengan kehadiran virus yang suka akan kerumunan ini jumlahnya lebih

banyak.

Koreksi paling parah dibukukan oleh PT Perusahaan Gas Negara Tbk (PGAS) yang masih terkoreksi 55,30% secara tahun berjalan. Sejatinya PGAS sudah terkoreksi parah sejak awal tahun bahkan sebelum virus corona tiba di Indonesia.

PGAS terkena pukulan ganda sebab saham ini merupakan salah satu saham dengan portofolio kepemilikan besar oleh reksadana perusahaan aset manajemen yang bermasalah karena menawarkan bunga tetap dan diwajibkan untuk dilikuidisasi portofolionya oleh OJK. Tentu saja ketika ada penjualan saham dalam jumlah besar secara langsung ke pasar reguler maka wajar apabila harga saham tersebut akan tertekan baik karena dampak penjualan secara langsung maupun dampak psikologis yang biasanya efeknya akan lebih jangka panjang (Sumber : Tri Putra,08 October 2020, CNBC Indonesia).

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat. Nilai perusahaan dapat digambarkan dengan adanya perkembangan harga saham perusahaan,semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut(Meilany & Hidayati, 2020).

Faktor pertama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah Struktur Modal.Pengertian struktur modal adalah struktur pendanaan perusahaan yang berada di sisi pasiva neraca yang terdiri dari utang dan ekuitas. Struktur modal biasa digambarkan dengan debt to equity ratio (DER). Jika nilai DER lebih dari 1 maka pembiayaan dari utang lebih banyak daripada dari ekuitas. Menurut Pecking order theory, pilihan pendanaan perusahaan pertama akan dipilih adalah internal perusahaan yaitu dari laba ditahan karena tidak ada biaya yang harus dikeluarkan. Pilihan yang kedua adalah dari eksternal perusahaan yaitu dari utang karena biaya utang yaitu biaya bunga pinjaman dapat dibiayakan baik secara komersial maupun secara fiskal. Pilihan terakhir pendanaan adalah penerbitan saham baru, karena biaya saham yaitu dividen tidak dapat dibiayakan. (Chasanah & Adhi, 2018) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan (Lestari, 2017) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (Kusumawati & Rosady, 2018), (Fajilet & Santioso, n.d.), (Tondok, Pahlevi, & Aswan, 2019), (Ramdhonah et al., 2019) mengemukakan hasil yang berbeda, yang menunjukkan bahwa struktur modal berdampak positif terhadap nilai perusahaan

(Astuti et al., 2021).

Faktor Kedua yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah Perencanaan Pajak.Perencanaan Pajak merupakan salah satu faktor yang turut mempengaruhi Nilai Perusahaan. Perencanaan pajak adalah usaha yang dilakukan oleh perusahaan supaya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan rendah. Perencanaan pajak dilakukan dengan cara mengelola dan merekayasa transaksi yang terjadi dalam perusahaan yang bertujuan untuk memaksimalkan laba(Habibah & Margie, 2021). Hasil penelitian (Habibah & Margie, 2021) mengemukakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Astuti et al., 2021) menunjukkan hasil bahwa perencanaan pajak mempengaruhi secara negative nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Pertumbuhan Penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya (Wijaya, 2019). Hasil penelitian Dewi & Sujana (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Romadhina & Andhitiyara (2021) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Menurut (Pradnyana & Noviari, 2017) teori agensi adalah “hubungan keagenan sebagai kontrak antara principal / pemilik perusahaan dan agent / manajer untuk melakukan suatu jasa terhadap kepentingan pemilik termasuk pendelegasian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen”. Konflik kepentingan bisa saja terjadi dikarenakan terdapatnya perbedaan kepentingan diantara pemilik perusahaan serta manajer, sehingga bisa terjadi ketidakseimbangan informasi / asimetri informasi. Dari hal tersebut, manajer memiliki kecenderungan untuk memanipulasi informasi

keuangan agar bisa sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan. Menurut (Sukartha, 2007 dalam (Pradnyana & Noviari, 2017)) disebutkan bahwa agen adalah pengendali dari perusahaan memiliki informasi yang lebih baik dibandingkan oleh pemilik perusahaan. Selain itu, dikarenakan verifikasi yang susah dilaksanakan, sehingga perbuatan yang dilakukan agen cukup susah guna diamati. Hal ini memungkinkan adanya peluang bagi agen untuk memaksimalkan keuntungan pribadinya dengan melakukan hal-hal yang bersifat oportunistik bagi dirinya, seperti pemanfaatan aset perusahaan bagi kepentingan pribadi, perekayasaan dari kinerja perusahaan dan hal tersebut dapat merugikan bagi pemilik perusahaan.

Teori agensi menunjukkan pentingnya adanya pemisahan manajemen perusahaan dari pemilik, dimana hal ini bertujuan untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dengan mempekerjakan agen profesional di 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 bila terjadi konflik kepentingan pada saat melakukan praktik perencanaan pajak. Hal ini dapat diminimalisir dengan tata kelola perusahaan yang baik, salah satunya adalah menggunakan pengungkapan informasi yang lebih transparan (Armstrong et al., 2013 dalam (Pradnyana & Noviari, 2017)). Transparansi ini dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan dan dapat mengurangi dampak dari konflik kepentingan serta memberikan nilai yang baik bagi perusahaan. Perencaaan pajak juga diakibatkan adanya biaya bisa saja timbul dari aktivitas perencanaan pajak. Dimana *agency cost* ini muncul akibat dari adanya kepentingan pribadi dari manajemen yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Sehingga, perusahaan yang melakukan perencanaan pajak bertujuan untuk meminimalkan maupun mengefektifkan pembayaran pajak terutangnya, sehingga biaya perpajakannya bisa ditekan (Pradnyana & Noviari, 2017).

Teori Sinyal menurut (Maryadi & Djohar, 2022) merupakan suatu tindakan yang akan diambil oleh manajemen untuk memberikan sinyal atau petunjuk kepada investor mengenai bagaimana menilai prospek perusahaan tersebut. *Signaling Theory* menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal, karena terdapat asimetri informasi antara

perusahaan dan pihak luar. Dalam studi mengenai pasar modal manajer diasumsikan menyediakan informasi untuk pembuatan keputusan yang dilakukan investor.

Teori sinyal menyatakan cara suatu perusahaan memberi sinyal pada konsumen dalam menganalisa laporan keuangan. Teori sinyal menunjukkan bagaimana perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja dapat memberikan sinyal pada investor, sehingga investor mampu membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan berkualitas buruk (Nur, 2018 dalam (Arianti, 2022)). Struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan teori sinyal. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan besar cenderung menggunakan hutang untuk membiayai asetnya. Dengan asumsi bahwa perusahaan besar dinilai dapat menanggung risiko kebangkrutan pada saat porsi hutang perusahaan tinggi.

Dalam teori ini, hutang besar yang dimiliki oleh perusahaan merupakan sinyal dari manajer kepada para investor bahwa perusahaan merupakan kinerja yang handal dan dapat menanggung risiko kebangkrutan (Mudjijah et al., 2019 dalam (Arianti, 2022). Investor juga akan melakukan analisis laporan keuangan, melihat bagaimana pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun dan akan memberikan sinyal kepada investor, dengan mengetahui hal itu maka investor akan menilai apakah perusahaan itu memiliki prospek yang baik kedepannya. Jika investor telah menaruh kepercayaannya terhadap perusahaan maka nilai perusahaan pun akan meningkat dan begitupun sebaliknya. Teori sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi pihak diluar perusahaan. Informasi adalah unsur yang penting terhadap investor dan pelaku bisnis, karena sebuah informasi menyajikan keterangan, catatan dan gambaran baik yang digunakan untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan dimasa yang akan datang. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Arianti, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif/asosiatif dengan metode deskriptif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terhadap objek yang diteliti melalui data sampel yang terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2018 dalam (Arianti, 2022).

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 pada tahun 2018-2022 yang dapat diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya ((Sugiyono, 2012: 27 dalam (Salempang et al., 2016)). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah Perusahaan Indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesian (BEI) periode 2018-2022, yang terdiri dari 45 perusahaan. Dari populasi tersebut yang telah memenuhi kriteria akan diambil untuk dijadikan sampel penelitian.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditemukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012: 28 dalam (Salempang et al., 2016).Adapun kriteria yang digunakan untuk pemilihan sample adalah Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2018-2022, Perusahaan LQ45 yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan lengkap selama periode tahun 2018-2022, Perusahaan LQ45 yang tidak mengalami kerugian selama periode tahun 2018-2022, Perusahaan LQ45 yang menggunakan mata uang dalam rupiah, dan Perusahaan LQ45 yang tidak terdapat kelengkapan data variabel yang dibutuhkan berturut-turut

HASIL PENELITIAN

Struktur Modal Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai signifikansi dari variabel Struktur Modal adalah sebesar 0,0004 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,05. Selain itu dilihat dari nilai t-statistic sebesar -3,741358 jika dibandingkan dengan nilai t-table sebesar 1,998341 dimana nilai t-table lebih kecil dari nilai t-statistic, maka dapat disimpulkan bahwa Struktur modal berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. Maka H1 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian Bintara (2018) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap niai perusahaan.

Perencanaan Pajak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai signifikansi dari variabel Perencanaan Pajak adalah sebesar 0,1593 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0,05 yang artinya variabel Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini diperkuat dengan hasil perbandingan antara nilai t-statistic dengan t-tabel. Diketahui bahwa nilai t-table untuk data observasi sebanyak 65 data dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 1,998341 sementara nilai t-statistic hanya sebesar 1,424712. Hal ini menujukan bahwa secara parsial variabel Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan karena nilai t-statistic lebih kecil dari nilai t-tabel. Dengan demikian H2 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maryadi dan Djohar (2022) yang menyatakan bahwa Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Struktur Modal, Perencanaan Pajak dan Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Secara Simultan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai probability F Statictic adalah sebesar 0,001653 dimana nilai tersebut kurang dari nilai signifikansi yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama variabel indpependen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain berdasarkan nilai dari probability F-Statistic, dapat dilihat pula dari nilai F-Statistic jika dibandingkan dengan nilai F-tabel. Pada data di atas, nilai F-statistic sebesar 5,702752 dengan jumlah data sebanyak 65 data dan 3 variabel independen yang jika dilihat pada tabel F untuk data tersebut akan diperoleh angka F-tabel senilai 2,755481 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai F-statistic. Dengan demikian berdasarkan nilai F-tabel dan F-statistic pun dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Moderasi Variabel Kinerja Perusahaan Pada Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan pada model 2 interaksi struktur modal dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0,454873 atau 46%, sedangkan

setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,561541 atau 56 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan memperkuat hubungan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan sebesar 10% yang berarti bahwa besar kecilnya Kinerja Perusahaan akan mempengaruhi Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Moderasi Variabel Kinerja Perusahaan Pada Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan pada model 2 interaksi Perencanaan Pajak dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0,428091 atau 43%, sedangkan setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,589508 atau 59 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan memperkuat hubungan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan sebesar 16%.

Moderasi Variabel Kinerja Perusahaan Pada Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Penjualan, dan pada model 2 interaksi Pertumbuhan Penjualan dan Kinerja Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0,535336 atau 54%, sedangkan setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,577894 atau 58 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan memperkuat hubungan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan sebesar 4%.

KESIMPULAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari Struktur Modal, Perencanan Pajak, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian dilakukan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Pengujian sampel telah dilakukan dan dibahas pada bab

IV, adapun kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pengujian adalah secara parsial, Struktur Modal berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan, dengan demikian H1 diterima. Secara parsial, Perencanan Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dengan demikian H0 diterima.Secara parsial, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dengan demikian H0 diterima.Secara simultan variabel struktur modal, perencanaan pajak dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H4 diterima.

Berdasarkan Tabel MRA model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan pada model 2 interaksi struktur modal dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjulan bahwa nilai R Square sebesar 0,454873 atau 46%, sedangkan setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,561541 atau 56 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan memperkuat hubungan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan sebesar 10% yang berarti bahwa besar kecilnya Kinerja Perusahaan akan mempengaruhi Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan Tabel MRA model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan pada model 2 interaksi Perencanaan Pajak dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0,428091 atau 43%, sedangkan setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,589508 atau 59 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan memperkuat hubungan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan sebesar 16%. Berdasarkan model 1, Kinerja perusahaan sebagai variable moderasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Penjualan, dan pada model 2 interaksi Pertumbuhan Penjualan dan Kinerja Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan maka variable Kinerja Perusahaan merupakan Quasi Moderator. Hasil uji regresi menggunakan uji MRA diatas pada model 1 menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0,535336 atau 54%, sedangkan setelah ditambahkan variabel moderasi pada model 2 nilai R Square menjadi 0,577894 atau 58 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Perusahaan

memperkuat hubungan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan sebesar 4%.

DAFTAR PUSTAKA

Amaliah, E. N., Darnah, D., & Sifriyani. (2020). Regresi Data Panel dengan Pendekatan Common Effect Model (CEM), Fixed Effect model (FEM) dan Random Effect Model (REM) (Studi Kasus: Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur Tahun 2015-2018). *ESTIMASI: Journal of Statistics and Its Application*, *1*(2), 106.

Andriani, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub. Sektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, *6*(1), 1–8.

Arianti, B. F. (Universitas P. (2022). *Pengaruh Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pendahuluan*. *5*(1), 1–10.

Arifin.2005. Teori Keuangan dan Pasar Modal. Ekosinia. Yogyakarta

Asmawi, A. R. G. 2018. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitiabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2016). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Astuti, N. E., Moeljadi, & Hernawati, E. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 6(1).

Brigham, E. F. (2011). Essentials of Financial Managemen: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Penerjemah Ali AkbarYulianto. Edisi Kesebelas. Edisi Indonesia. Buku I. Jakarta: Salemba Empat.

Brigham, E. F., dan Ehrhardt. 2005. Financial Management Theory And Practice (Eleventh ed.). Ohio: South Western Cengage Learning.

Chandra, Ambrosius Fabian. (2017). Company Size, Profitability, Tangibilitas, Free Cash Flow, And Growth Opportunity That Effect The Capital Structure In Manufacturing Company. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol.2 No.2 November 2017. Diakses tanggal 3 November 2018.

Chasanah, Amalia Nur, & Adhi, Daniel Kartika. (2018). Profitabilitas, struktur modal dan likuiditas pengaruhnya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan real estate yang listed di BEI tahun 2012-2015. Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 12(2), 109–128.

Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi, 26(1), 85.

Fahmi, Irham. (2015). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Alfabeta.

Fajilet, Eji, & Santioso, Linda. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Capital Structure Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Paradigma Akuntansi, 1(3), 852–862.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In *Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana: Vol. 23 (2)* (Issue 1470, p. 1494).

Habibah, & Margie, L. A. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Koservatisme

Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan.*KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi*, *9*(1), 60–71.

Hamidah. (2017). The Effect of Firm Performance, Leverage, Firm Size, And Firm Growth On Agency Cost Of Trading Company In Indonesia, Malaysia and Thailand: Research Period Of 2009- 2013. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, e-ISSN:2301- 8313 Vol.8, No.1 2017.

Heningtyas, Oryza Sativa. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan Tehadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). Naskah Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses tanggal 21 November 2018.

Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. Buletin Ekonomi Moneter.dan Perbankan.

Iqbal, M. (2000). Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda. *Perbanas Institute Jakarta*, *4*, 1985–2000.

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKTUAL*, *17*(1), 66.

Khotimah, A. R. K., Pratiwi, A. S. P., Simbolon, Y. L., Yudhanto, W., & Sijabat, Y. P. (2022). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *1*(1), 182–195.

Kurniawan, K., Bangun, N., Wijaya, H., & Rahardjo, T. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *STATERA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *1*(1), 1–15.

Kusumawati, Rita, & Rosady, Irham. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Manajemen Bisnis, 9(2), 147–160.

Lestari, Lestari. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, 2(Manajemen), 293–306.

Maryadi, M., & Djohar, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Jurnal Revenue*, *3*(2), 442–454.

Meidiawati, K., dan Mildawati, T. 2016. Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 5(2).

Meilany, I., & Hidayati, N. W. (2020). Pengaruh Prudence dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Pemoderasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, *3*(3), 67–88.

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.

Pradnyana, I. B. G. P., & Noviari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *18*(2), 1398–1425.

Rahmi, P. P., & Oktapiani, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan

Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Astra Internasional Tbk Periode Tahun 2010-2020. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, *4*(1), 328.

Ramdhonah, Zahra, Solikin, Ikin, & Sari, Maya. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7(1), 67–82.

Romadhina, A. P., & Andhitiyara, R. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research, 5(2), 358.

Rusiah, Nuryanita, Rony Maluia Mardani dan M Khoirul ABS. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia. E-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma. Diakses tanggal 24 Oktober 2018.

Salempang, L. E., Sondakh, J. J., & Pusung, R. J. (2016). Pengaruh Return on Asset, Debt To Equity Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *16*(3), 813–824.

Santoso, B. A., & Budiarti, A. (2020). Profitabilitas Sebagai Mediasi Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *3*(2), 45–57.

Sugiyono. 2012. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta.

Susanti, Neneng Lasminta. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Emiten Sektor Manufaktur di BEI. JRAK Vol.7 No.2 Agustus 2016. Diakses tanggal 03 November 2018.

Tondok, Bernon Sampe, Pahlevi, Cepi, & Aswan, Andi. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. Hasanuddin Journal Of Business Strategy, 1(3), 66– 78.

Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.*Equilibiria*, *6*(1), 1–14.

Wijaya, I. G. N. S. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. Juima, 9(2), 8–15.