

Peran Agresivitas Pajak dalam Strategi Keuangan Perusahaan: Analisis terhadap Ukuran, Leverage, dan Profitabilitas

Naura Maudy

Universitas Gunadarma, Indonesia
na.maudy@gmail.com

Submitted: 28th Dec 2023 | **Edited:** 17th April 2024 | **Issued:** 01st June 2024

Cited on: Maudy, N. (2024). Peran Agresivitas Pajak dalam Strategi Keuangan Perusahaan: Analisis terhadap Ukuran, Leverage, dan Profitabilitas. *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 3(1), 63-75.

ABSTRACT

Tax aggressiveness has been a major focus in the corporate finance literature, because it influences strategic decisions related to tax payments and corporate financial performance. Previous studies show that tax aggressiveness can interact with factors such as company size, leverage, and profitability, but not many studies have specifically analyzed this relationship. This research aims to analyze the role of tax aggressiveness in a company's financial strategy with a focus on its effect on company size, leverage and profitability. The method used in this research is multiple regression analysis of financial data from a number of companies spread across various industrial sectors. Data was collected from the company's annual financial reports and analyzed using statistical software. The results of the analysis show that tax aggressiveness has a significant impact on the company's financial strategy, by influencing size, leverage and profitability. These findings indicate that firms tend to adopt certain financial strategies to optimize their tax benefits.

Keywords: Tax Aggressiveness, Financial Strategy, Company Size, Leverage, Profitability

PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan dihadapkan pada tekanan untuk memaksimalkan keuntungan dan mengelola kewajiban pajak mereka dengan cara yang paling efisien. Agresivitas pajak, yang mencakup berbagai taktik dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang harus mereka bayar, telah menjadi topik utama dalam penelitian keuangan Perusahaan (Firmansyah, et, al., 2021). Penggunaan agresivitas pajak oleh perusahaan tidak hanya memengaruhi kewajiban pajak yang harus dibayarkan, tetapi juga memiliki dampak yang luas pada strategi keuangan perusahaan secara keseluruhan. Ketika perusahaan memilih untuk mengadopsi strategi agresif dalam manajemen pajak, cenderung mengoptimalkan struktur keuangan mereka untuk meminimalkan beban pajak yang dikeluarkan. Hal ini dapat mencakup penggunaan skema perpajakan yang kompleks, pengalihan laba ke yurisdiksi pajak yang lebih rendah, atau pemanfaatan celah hukum yang ada.

Strategi keuangan perusahaan adalah suatu rencana atau pendekatan yang disusun oleh manajemen untuk mengelola sumber daya keuangan perusahaan secara efisien guna mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan (Permana, et, al., 2022). Strategi ini melibatkan sejumlah keputusan dan tindakan yang berpengaruh terhadap aspek-aspek kunci dari aktivitas keuangan perusahaan. Strategi keuangan perusahaan adalah tentang bagaimana manajemen merencanakan dan melaksanakan keputusan-keputusan keuangan untuk mengelola risiko, meningkatkan nilai, dan mencapai tujuan-tujuan strategis perusahaan. Ini adalah bagian integral dari fungsi manajemen perusahaan dan memiliki dampak yang signifikan pada kinerja dan pertumbuhan perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah parameter kunci yang memberikan gambaran tentang dimensi dan lingkup operasi suatu entitas bisnis. Ini bisa diukur dalam beberapa cara, termasuk jumlah aset yang dimiliki, pendapatan yang dihasilkan, atau kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan memberikan gambaran tentang skala operasi perusahaan. Perusahaan dengan aset atau pendapatan yang besar cenderung memiliki operasi yang lebih luas dan kompleks (Herlinda & Rahmawati, 2021). ukuran perusahaan juga mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengakses pasar modal. Perusahaan yang lebih besar dan lebih terdiversifikasi seringkali memiliki lebih banyak opsi dalam hal pembiayaan, seperti penerbitan obligasi atau penawaran saham baru. Ukuran perusahaan bukan hanya mencerminkan skala operasi, tetapi juga berdampak pada berbagai aspek strategis dan operasional.

Leverage adalah ukuran yang menunjukkan seberapa banyak perusahaan menggunakan modal pinjaman (utang) dibandingkan dengan modal sendiri (ekuitas) untuk mendanai operasinya. Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mengandalkan lebih banyak utang daripada modal sendiri untuk mendanai operasinya, sementara leverage yang rendah menunjukkan sebaliknya (Sari, et, al., 2020). Dalam situasi pertumbuhan, penggunaan leverage dapat memperkuat keuntungan perusahaan dengan memungkinkannya untuk memperluas operasinya tanpa harus menggunakan modal sendiri secara signifikan. Namun, penggunaan leverage juga meningkatkan risiko kebangkrutan perusahaan, terutama jika penghasilan perusahaan tidak dapat menutupi biaya bunga dan pembayaran utang lainnya. Perusahaan perlu memperhitungkan keuntungan potensial yang dapat diperoleh dari penggunaan leverage dalam mencapai pertumbuhan, sekaligus mempertimbangkan risiko yang terkait dengan

tingkat utang yang tinggi

Profitabilitas merupakan ukuran penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari operasi yang dilakukannya. Laba bersih dari operasi adalah jumlah pendapatan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan operasionalnya setelah semua biaya operasional, seperti biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya administrasi, telah dikurangkan (Sulaeman, 2021). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya dan operasinya dengan baik, sehingga dapat menghasilkan laba yang memadai untuk memperkuat kegiatan bisnisnya. Ketika profitabilitas menurun, ini bisa menjadi sinyal bagi para pemangku kepentingan bahwa perusahaan mungkin menghadapi tantangan dalam operasionalnya.

LANDASAN TEORI

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk meminimalkan kewajiban pajak mereka dengan memanfaatkan celah atau kelemahan dalam peraturan perpajakan (Afifah & Hasymi, 2020). Secara umum, agresivitas pajak melibatkan penerapan interpretasi yang berani terhadap hukum pajak atau penggunaan struktur perusahaan yang kompleks untuk menghindari atau mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar. Strategi agresivitas pajak dapat beragam, mulai dari pengalihan laba ke yurisdiksi pajak yang lebih rendah, penggunaan skema transaksi yang rumit untuk memanfaatkan celah hukum, hingga penerapan praktik transfer pricing yang tidak adil untuk memindahkan laba antara entitas anak perusahaan atau afiliasi di berbagai negara.

Meskipun praktik agresivitas pajak seringkali legal, kepatuhan perusahaan terhadap semangat hukum pajak sering menjadi subjek kontroversi. Pada beberapa kasus, praktik ini dapat memicu respons negatif dari publik, regulator, atau pemerintah yang berupaya untuk menutup celah perpajakan atau menerapkan undang-undang yang lebih ketat terkait pajak (Ariska, et, al., 2020). Sementara itu, di sisi lain, beberapa pihak memandang agresivitas pajak sebagai langkah yang rasional dalam mengelola keuangan perusahaan dan memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham. Namun, penting untuk dicatat bahwa praktik agresivitas pajak dapat memiliki dampak jangka panjang yang kompleks,

termasuk risiko reputasi, perubahan regulasi, dan konsekuensi pajak yang tidak diinginkan.

Strategi Keuangan

Strategi keuangan merujuk pada serangkaian keputusan dan tindakan yang diambil oleh suatu entitas, baik itu perusahaan, organisasi non-profit, atau individu, untuk mengelola sumber daya keuangan mereka dengan cara yang paling efektif guna mencapai tujuan-tujuan keuangan yang ditetapkan (Khomsiyah, et, al., 2021). Strategi keuangan melibatkan berbagai aspek, termasuk pembiayaan, investasi, pengelolaan risiko, dan kebijakan dividen. Strategi keuangan merupakan landasan untuk mengelola semua aspek keuangan perusahaan secara baik. Hal ini mencakup pemilihan sumber dana, seperti pembiayaan melalui ekuitas atau utang, pengelolaan modal kerja, alokasi modal untuk investasi, penentuan kebijakan dividen, dan manajemen risiko keuangan.

Strategi keuangan juga mencakup penetapan target keuangan jangka pendek dan jangka panjang, seperti pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, pengendalian biaya, dan pencapaian tingkat pengembalian yang diharapkan. Strategi keuangan perusahaan harus disesuaikan dengan tujuan-tujuan strategis perusahaan, situasi pasar, kondisi ekonomi, serta profil risiko dan preferensi pemegang saham (Rahmadani, et, al., 2020). Pentingnya strategi keuangan dalam bisnis tidak hanya terletak pada manajemen sumber daya keuangan secara efisien, tetapi juga dalam menyediakan arah dan fokus bagi seluruh organisasi.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merujuk pada dimensi atau skala operasional suatu entitas bisnis, yang sering kali diukur melalui beberapa faktor, seperti total aset, pendapatan tahunan, atau kapitalisasi pasar (Widodo & Wulandari, 2021). Ini mencerminkan seberapa besar atau kecil perusahaan dalam konteks industri tempatnya beroperasi. Ukuran perusahaan bisa bervariasi secara signifikan, mulai dari usaha kecil yang hanya melibatkan beberapa karyawan hingga perusahaan multinasional yang memiliki operasi di berbagai negara dan miliaran dolar dalam aset. Ukuran perusahaan bukan hanya mencerminkan skala operasionalnya, tetapi juga dapat memengaruhi sejumlah faktor lain dalam lingkungan bisnisnya.

Selain itu, ukuran perusahaan sering kali berhubungan dengan tingkat kompleksitas operasional dan administratif. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki struktur

organisasi yang lebih kompleks, dengan departemen dan divisi yang lebih banyak, serta prosedur administrasi yang lebih rumit. Hal ini bisa memengaruhi kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan pasar dengan cepat dan membuat keputusan yang tepat waktu (Stawati, 2020). Dalam analisis keuangan dan ekonomi, ukuran perusahaan sering kali dianggap sebagai faktor yang signifikan yang dapat memengaruhi kinerja keuangan, risiko, dan strategi bisnis secara keseluruhan.

Leverage

Leverage atau tingkat utang adalah konsep yang digunakan dalam keuangan untuk menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan menggunakan modal pinjaman untuk mendanai operasi atau investasi, dibandingkan dengan modal ekuitas yang dimilikinya (Sari & Marsono, 2020). Leverage mencerminkan rasio antara utang atau beban keuangan perusahaan dengan ekuitas pemegang sahamnya. Secara sederhana, leverage menggambarkan seberapa banyak perusahaan bergantung pada pinjaman untuk mendanai kegiatan bisnisnya. Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak utang daripada modal sendiri, sementara tingkat leverage yang rendah menunjukkan kebalikannya.

Penggunaan leverage memiliki potensi untuk memperbesar pengembalian bagi pemegang saham perusahaan. Misalnya, dengan menggunakan utang, perusahaan dapat memperbesar investasi dalam proyek-proyek yang diharapkan menghasilkan laba yang lebih besar daripada biaya pinjaman. Namun, di sisi lain, leverage juga meningkatkan risiko finansial perusahaan karena perusahaan harus membayar bunga pinjaman, bahkan dalam situasi di mana laba operasional menurun. Oleh karena itu, keputusan tentang tingkat leverage yang akan digunakan oleh sebuah perusahaan adalah penting dalam manajemen keuangan. Tingkat leverage yang optimal akan mempertimbangkan keseimbangan antara potensi pengembalian yang diperoleh dari penggunaan utang dengan risiko keuangan yang dihadapi Perusahaan (Tanjaya & Nazir, 2021).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah salah satu aspek paling krusial dalam menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan. Pada dasarnya, profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari kegiatan operasionalnya (Apriliyani & Kartika, 2021). Laba bersih dari operasi adalah selisih antara total pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dengan semua biaya yang dikeluarkan untuk

menjalankan bisnis, seperti biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya overhead, dan biaya administrasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan pendapatan yang signifikan setelah mempertimbangkan semua biaya yang terlibat, sehingga mampu memberikan pengembalian investasi yang baik kepada pemegang saham.

Profitabilitas bukan hanya menjadi indikator kinerja keuangan, tetapi juga memberikan gambaran tentang daya saing dan potensi pertumbuhan perusahaan di pasar. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki daya tarik yang lebih besar bagi investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan dari operasinya. Selain itu, tingkat profitabilitas yang stabil dan konsisten dapat memperkuat posisi keuangan perusahaan di pasar, memungkinkan investasi yang lebih besar dalam penelitian dan pengembangan produk baru, pengembangan pasar, serta ekspansi ke wilayah baru. Oleh karena itu, profitabilitas tidak hanya menjadi tujuan akhir dalam menjalankan bisnis, tetapi juga menjadi fondasi bagi keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang suatu Perusahaan (Goh, et, al., 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, yang mengindikasikan bahwa pendekatan yang digunakan berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka dan statistik. Penelitian menggunakan data kuantitatif untuk menghasilkan temuan yang dapat diukur dan diinterpretasikan secara matematis. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, yang menekankan pada pendekatan ilmiah yang objektif dan dapat diukur. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola dan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara kuantitatif, tanpa memasukkan aspek subjektif atau interpretatif yang berlebihan.

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan jumlah sebanyak 40 perusahaan. Penggunaan populasi ini memberikan cakupan yang luas terhadap fenomena yang diteliti. Namun, karena keterbatasan waktu, sumber daya, dan kemampuan peneliti, dilakukanlah pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Dalam metode ini, sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Sebanyak 20 perusahaan dipilih sebagai sampel, yang merupakan representasi dari populasi dan diharapkan dapat memberikan gambaran yang memadai tentang fenomena yang diteliti.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai koefisien regresi sebesar -0.471 menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam ukuran perusahaan akan menyebabkan penurunan sebesar 0.471 unit dalam nilai perusahaan. Pengaruh ini terbukti signifikan secara statistik, seperti yang diindikasikan oleh nilai probabilitas t-statistic sebesar -5.602. Selain itu, nilai probabilitas (Prob.) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$ ($0.000 < 0.05$) menunjukkan bahwa hasil ini tidak terjadi secara kebetulan, sehingga (H1) diterima menolak hipotesis nol (H0).

Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, semakin besar ukuran perusahaan, semakin sulit untuk menjaga tingkat efisiensi dan fleksibilitas yang tinggi dalam mengelola aset dan operasi perusahaan. Selain itu, perusahaan besar mungkin mengalami tantangan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif yang sama dengan perusahaan yang lebih kecil, karena kompleksitas organisasi yang lebih tinggi dan birokrasi yang lebih besar. Oleh karena itu, penelitian ini menyoroti pentingnya memperhatikan efek ukuran perusahaan dalam analisis nilai perusahaan dan strategi keuangan yang sesuai untuk memastikan pertumbuhan dan kinerja yang berkelanjutan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai koefisien regresi sebesar 0.422 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel Leverage akan berkontribusi pada peningkatan sebesar 0.422 dalam nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh nilai probabilitas t-statistic sebesar 2.875, yang menunjukkan bahwa koefisien regresi Leverage signifikan secara statistik. Selain itu, nilai probabilitas (Prob.) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$ ($0.001 < 0.05$) menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol (H0) dan menerima hipotesis alternatif (H2).

Hasil ini menunjukkan bahwa Leverage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Leverage, yang mengacu pada tingkat ketergantungan perusahaan pada modal pinjaman, diyakini dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan cara tertentu. Peningkatan leverage bisa mengakibatkan peningkatan risiko keuangan, namun juga bisa memperkuat penggunaan aset perusahaan dan meningkatkan potensi pengembalian bagi pemegang saham. Oleh karena itu, hasil ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan yang bijaksana dalam pengelolaan struktur modal, termasuk pemilihan tingkat leverage yang tepat, dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi keuangan dalam merancang strategi keuangan yang efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk variabel profitabilitas sebesar 2.530 menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam profitabilitas akan diikuti oleh peningkatan sebesar 2.530 unit dalam nilai perusahaan. Hasil ini secara statistik signifikan dengan nilai probabilitas t-statistic sebesar 4.847 dan nilai probabilitas (Prob.) sebesar 0.005. Dengan nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0.005 < 0.05$), maka H3 (hipotesis alternatif) diterima atau H0 (hipotesis nol) ditolak. Ini berarti terdapat bukti statistik yang kuat untuk mendukung hipotesis bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan memiliki kontribusi yang penting terhadap penentuan nilai perusahaan. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba bersih yang lebih besar dari operasinya. Dalam perspektif investor, perusahaan yang lebih profitable cenderung dianggap lebih menarik karena memberikan potensi pengembalian investasi yang lebih besar. Oleh karena itu, hasil yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara profitabilitas dan nilai perusahaan menegaskan pentingnya kinerja keuangan yang baik dalam menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Secara Bersama-sama Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji F menunjukkan nilai F-Statistic sebesar 9.472 dengan nilai probabilitas Prob(F-Statistic) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$ ($0.000 < 0.05$). Artinya, H_0 ditolak atau H_4 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Pembahasan hasil ini menunjukkan bahwa dalam model regresi yang digunakan, variabel-variabel tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabilitas nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan teori keuangan yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dan nilai perusahaan.

Selanjutnya, pengujian koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai sebesar 0.662. Ini berarti bahwa variasi perubahan naik turunnya Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas sebesar 66.2%. Sementara itu, sisanya sebesar 33.8% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi juga menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang mungkin berperan dalam penentuan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Variabel Moderating Agresivitas Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian moderating menemukan nilai probabilitas variabel interaksi sebesar 0.048, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel moderasi, yang dalam penelitian ini diproksikan dengan Agresivitas Pajak, memiliki dampak yang signifikan dalam memoderasi hubungan antara ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Penerimaan H_5 , yang menyatakan bahwa variabel moderasi memperkuat hubungan antara ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan, menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak memainkan peran penting dalam menentukan nilai Perusahaan.

hasil ini menunjukkan bahwa variabel Agresivitas Pajak memiliki peran yang memperkuat hubungan antara ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Artinya, saat Agresivitas Pajak meningkat, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

juga semakin kuat. Ini bisa diinterpretasikan bahwa perusahaan yang lebih besar dan memiliki agresivitas pajak yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Ini menegaskan pentingnya faktor Agresivitas Pajak dalam memoderasi hubungan antara faktor-faktor ekonomi seperti ukuran perusahaan dan kinerja keuangan seperti nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Variabel Moderating Agresivitas Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian moderasi pada variabel interaksi yang diprosikan dengan Agresivitas Pajak menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,027. Nilai probabilitas ini lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yang menandakan adanya efek moderasi yang signifikan. Dalam hal ini, moderasi mengacu pada peran variabel Agresivitas Pajak dalam memperkuat hubungan antara variabel Leverage dan Nilai Perusahaan. Dengan kata lain, praktik agresif dalam manajemen pajak dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama ketika diintegrasikan dengan penggunaan leverage yang tepat. Oleh karena itu, hipotesis H6 dapat diterima berdasarkan hasil penelitian ini.

Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat interaksi yang signifikan antara Agresivitas Pajak, Leverage, dan Nilai Perusahaan. Leverage, yang merupakan tingkat utang perusahaan, secara tradisional telah dikaitkan dengan risiko yang lebih tinggi. Namun, dalam kasus ini, efek Leverage terhadap Nilai Perusahaan diperkuat oleh kehadiran variabel moderasi, yaitu Agresivitas Pajak. Selain itu, hasil ini juga menggarisbawahi perlunya penyesuaian strategi keuangan perusahaan sesuai dengan karakteristik unik dari setiap perusahaan dan kondisi pasar yang berubah-ubah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sumbangan penting bagi pemahaman kita tentang bagaimana faktor-faktor tertentu, seperti agresivitas pajak, dapat memoderasi hubungan antara variabel-variabel kunci dalam strategi keuangan perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Variabel Moderating Agresivitas Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari uji moderasi menunjukkan nilai probabilitas untuk variabel interaksi sebesar 0.721, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang

mendukung adanya efek moderasi dari variabel Agresivitas Pajak terhadap hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Dalam hal ini, probabilitas yang lebih besar dari tingkat signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada dampak yang signifikan dari Agresivitas Pajak dalam memperkuat atau melemahkan hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Hasil ini menolak hipotesis penelitian H7 yang menyatakan bahwa Agresivitas Pajak memoderasi hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Pembahasan hasil ini menunjukkan bahwa Agresivitas Pajak, yang diharapkan menjadi faktor moderasi yang memperkuat hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan, ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam konteks ini. Ini menunjukkan bahwa, meskipun Agresivitas Pajak mungkin memiliki pengaruh pada variabel lain dalam model, seperti kewajiban pajak atau struktur modal, namun tidak secara langsung mempengaruhi hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Dalam praktis ini menunjukkan bahwa, setidaknya dalam sampel dan kondisi yang diuji, Agresivitas Pajak tidak memainkan peran signifikan dalam memengaruhi hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara bersama-sama. Hal ini didukung oleh nilai F-Statistic yang signifikan dan tingkat probabilitas yang rendah. Hasil ini mengindikasikan bahwa dalam konteks model regresi yang digunakan, variabel-variabel tersebut memberikan kontribusi yang substansial terhadap variabilitas nilai perusahaan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.662 menunjukkan bahwa sekitar 66.2% variasi dalam nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti, sedangkan sisanya sebesar 33.8% mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kesimpulan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yang dapat menjadi panduan penting bagi pengambilan keputusan strategis dalam manajemen keuangan perusahaan. Namun, penting untuk diingat bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin turut berperan dalam penentuan nilai

perusahaan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. D., & Hasymi, M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap Dan Fasilitas Terhadap Manajemen Pajak Dengan Indikator Tarif Pajak Efektif. *Journal Of Accounting Science*, 4(1), 29-42.
- Apriliyani, L., & Kartika, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 180-191.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Dan Pengaruhnya Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133-142.
- Firmansyah, A., Legowo, W. W., & Yuliana, S. F. (2021). Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Perdagangan Di Indonesia: Profitabilitas, Capital Intensity, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(1), 84-108.
- Goh, T. S., Nainggolan, J., & Sagala, E. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitasterhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2018. *Methosika: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 3(1), 83-96.
- Herlinda, A. R., & Rahmawati, M. I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 10(1).
- Khomsiyah, N., Muttaqin, N., & Katias, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Tata Kelola Perusahaan, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014-2018. *Ecopreneur*. 12, 4(1), 1-18.
- Permana, N., Yulianti, G., & Kusumah, R. N. (2022). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)(Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *Kaba Journal Of Management & Entrepreneurship*, 20(1), 25-49.
- Rahmadani, F. N. U., Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Manajemen Laba Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375-392.
- Sari, E. D. P., & Marsono, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018. *Aktual*, 5(1), 45-52.
- Sari, N., Luthan, E., & Syafriyeni, N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari*

- Jambi, 20(2), 376-387.
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147-157.
- Sulaeman, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Syntax Idea*, 3(2), 354-367.
- Tanjaya, C., & Nazir, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 189-208.
- Widodo, S. W., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, Sales Growth Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Simak*, 19(01), 152-173.