

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek dari studi ini ialah perusahaan yang bergerak di dalam industri manufaktur sektor *consumer non – cyclicals* pada BEI sejak 2020 sampai dengan 2023 ialah populasi di dalam studi ini dan mencakup 87 perusahaan *consumer non – cyclicals* di BEI. Pemilihan sampel dilaksanakan dengan *purposive sampling*. Perusahaan *consumer non – cyclicals* ialah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh musim ataupun pertumbuhan ekonomi (IDX, 2023).

Perusahaan *consumer non – cyclicals* terbagi menjadi 7 sub – sektor antara lain: *food & staples retailing, beverages, processed foods, agricultural products, tobacco, households products*, dan *personal care products* (IDX, 2023), studi ini memakai ketujuh sektor tersebut.

Metode analisis yang dipakai di dalam studi ini ialah analisa regresi berganda (*multiple regression analysis*). Bermaksud mendapat gambaran keseluruhan terkait dampak variabel independent, yakni Profitabilitas (ROA), Manajemen Laba (ΔE), *Tax Avoidance* (ETR). Sejalan juga variabel dependent, yakni Nilai Perusahaan (PBV).

Hasil dari *purposive sampling* ini menciptakan total 36 perusahaan manufaktur sektor *consumer non – cyclicals* yang dipakai guna menjadi sampel di studi ini. Perincian dari data *purposive sampling*:

Tabel 4. 1
Kriteria Sampel Penelitian

NO	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor <i>consumer non - cyclicals</i> yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2023	87
2	Perusahaan sektor <i>consumer non - cyclicals</i> yang mengalami kerugian selama tahun penelitian 2020 - 2023	-40
3	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang di - delisting selama tahun penelitian 2020 - 2023	-2
4	Perusahaan sektor <i>consumer non cyclicals</i> yang tidak memiliki variabel lengkap untuk diteliti selama tahun penelitian 2020 - 2023	-9
Total Sampel Perusahaan		36
Tahun Penelitian		4
Total Sampel		144
Outlier		21
Jumlah Data Penelitian		123

Sumber: Data diolah sendiri (2025)

Berlandaskan dari tahapan pemilihan sampel di tabel 2.1 tersebut yang telah diuraikan menunjukkan bahwa jumlah data penelitian sebanyak 144. Data diperoleh dari pengambilan sampel perusahaan dengan kriteria diatas.

4.2 Analisis Data

4.2.1. Uji Statistik Deskriptif

Penelitian menggunakan analisis deskriptif untuk menjabarkan statistika deskriptif variabel penelitian. Penjabaran data berupa

total sampel, nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, varians dan standar deviasi. Statistika deskriptif merupakan data penelitian yang terdiri dari variabel penelitian selama periode pengamatan.

Tabel 4. 2
Statistik Deskriptif Data Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas (X1)	144	0,00241	0,34885	0,09362	0,06616
Manajemen Laba (X2)	144	-0,32264	0,21365	0,00965	0,54348
<i>Tax</i> <i>Avoidance</i> (X3)	144	3,20150	80.69030	23,72699	8,12473
Nilai Perusahaan (Y)	144	0,00088	56,79190	3,60256	7,45629

Sumber: Olah data sendiri dengan SPSS, 2025

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana data sampel didistribusikan dan bagaimana perilakunya dalam menggunakan ukuran – ukuran seperti *mean* yaitu gambaran dari perbandingan antara jumlah data dalam penelitian ini dengan jumlah masing – masing variabel, standar deviasi yaitu gambaran bagaimana variabilitas maupun distribusi pada data tersebar, nilai maksimum menggambarkan nilai tertinggi dalam data penelitian, dan nilai

minimum menggambarkan nilai terendah dalam data penelitian. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis uji statistik deskriptif adalah jika nilai *mean* atau rata – rata melebihi standar deviasi variasinya, maka kualitas data cenderung lebih baik.

Dari hasil tabel terdiri atas 144 observasi dengan empat variabel yakni Profitabilitas, Manajemen Laba, *Tax Avoidance*, dan Nilai perusahaan. Variabel profitabilitas *Return on Assets* (ROA) memiliki skor minimal 0,00241 dengan skor maksimal yakni 0,34885 dan skor *mean* yakni 0,09362 dengan standar deviasi 0,06616. Hal ini berarti nilai terbesar sebuah perusahaan menggunakan variabel profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 0,34885 , sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT Sekar Bumi Tbk. (SKBM) pada tahun 2020 dengan nilai 0,00241. Secara keseluruhan, nilai rata – rata perusahaan dalam menggunakan variabel profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah sebesar 0,09362. Serta standar deviasi yang diperoleh variabel profitabilitas adalah 0,06616. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi yaitu sebesar $0,09362 > 0,06616$ yang artinya profitabilitas memiliki sebaran dan fluktuasi yang tinggi.

Perhitungan variabel manajemen laba yang diukur dengan delta manajemen laba dengan perbandingan total laba perusahaan pada tahun tersebut dikurangi dengan laba perusahaan tahun sebelumnya dibagi dengan *market value of equity* pada tahun sebelumnya. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai minimum dari variabel manajemen laba pada perusahaan sektor *consumer non – cyclicals* memiliki skor -0,32264 dengan skor maksimal yakni 0,21365 dan skor *mean* yakni 0,00965 dan standar deviasi 0,54348. Hal ini berarti nilai terbesar sebuah perusahaan menggunakan variabel manajemen laba untuk meningkatkan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Smart Tbk (SMAR) pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 0,21365, sedangkan nilai terendah juga dimiliki oleh PT Smart Tbk (SMAR) pada tahun 2023 dengan nilai -0,32264. Secara keseluruhan, nilai rata – rata perusahaan dalam menggunakan variabel manajemen laba untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah sebesar 0,00965. Serta deviasi yang diperoleh variabel manajemen laba adalah 0,54348. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasi yaitu sebesar $0,00965 < 0,54348$ yang artinya manajemen laba memiliki sebaran dan fluktuasi yang rendah.

Perhitungan variabel *Tax Avoidance* yang diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR) dengan perbandingan beban pajak dibagi laba sebelum pajak, Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai

minimum dari variabel *Tax Avoidance* pada perusahaan sektor *consumer non – cyclicals* memiliki skor 3,20150 dengan skor maksimal yakni 80.69030 dan skor *mean* yakni 23,72699 dan standar deviasi 8,12473. Hal ini berarti nilai terbesar sebuah perusahaan menggunakan variabel *Tax Avoidance* untuk meningkatkan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) pada tahun 2023 dengan nilai sebesar 80.69030, sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) pada tahun 2020 dengan nilai 3,20150. Secara keseluruhan, nilai rata – rata perusahaan dalam menggunakan variabel manajemen laba untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah sebesar 23,72699. Serta deviasi yang diperoleh variabel manajemen laba adalah 8,12473. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi yaitu sebesar $23,72699 > 8,12473$ yang artinya manajemen laba memiliki sebaran dan fluktuasi yang tinggi.

Perhitungan variabel nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) dengan perbandingan harga saham dibagi nilai buku, Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai minimum dari variabel nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non – cyclicals* memiliki skor 0,00088 dengan skor maksimal yakni 56,79190 dan skor *mean* yakni 3,60256 dan standar deviasi 7,45629. Hal ini berarti nilai terbesar sebuah

perusahaan menggunakan variabel nilai perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 56,79190, sedangkan nilai terendah dimiliki oleh PT Enseval Putera Megatrading Tbk (EPMT) pada tahun 2020 dengan nilai 0,00088. Secara keseluruhan, nilai rata – rata perusahaan dalam menggunakan variabel nilai perusahaan adalah sebesar 3,60256. Serta deviasi yang diperoleh variabel nilai perusahaan adalah 7,45629. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *mean* lebih kecil dibandingkan nilai standar deviasi yaitu sebesar $3,60256 < 7,45629$ yang artinya nilai perusahaan memiliki sebaran dan fluktuasi yang rendah.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menentukan nilai model regresi yang dipergunakan untuk setiap variabel yang terdistribusi normal ataupun tidak. Penelitian ini menggunakan analisis statistic uji *Kolmogorov – Smirnov*. Keputusan didasarkan pada kasus dimana signifikansi $> 0,05$ dimana menjelaskan bahwa residual normal, namun jika nilai signifikasinya $< 0,05$ berarti nilai residual tidak normal (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 3
Uji Kolmogorov Smirnov (Uji Normalitas Data)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardiz ed Residual
N			144
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		5.58581290
Most Extreme Differences	Absolute		.148
	Positive		.148
	Negative		-.088
Test Statistic			.148
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.003 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.001
		Upper Bound	.004

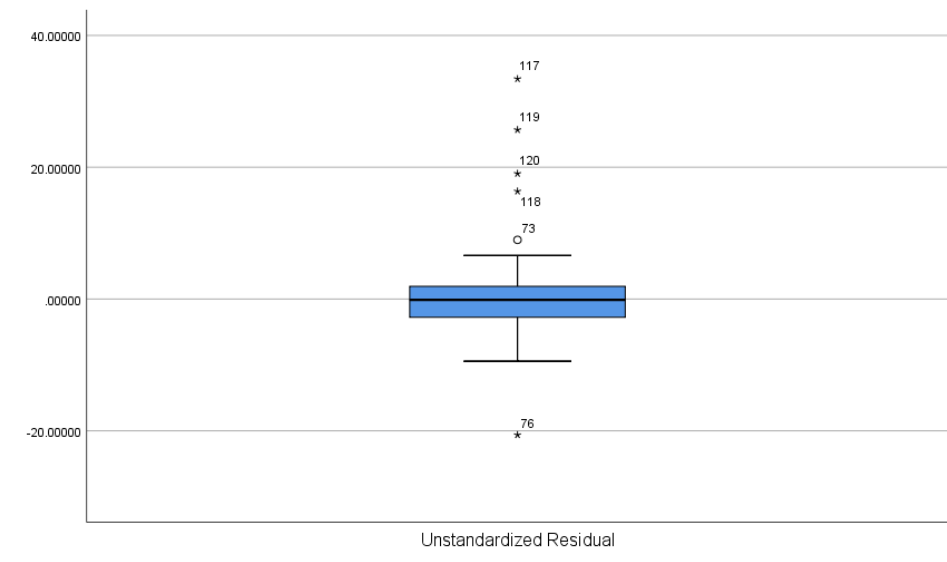
Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Hasil dari tabel 4.3 menunjukkan distribusi data pada penelitian nilai *unstandardized residual* pada tinggi rendahnya profitabilitas, manajemen laba, dan *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan memiliki angka hitung *Kolmogorov – Smirnov* menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) kurang dari nilai 0.05 sebesar 0.000. Sehingga angka tersebut termasuk residual yang berdistribusi tidak normal dan tidak layak dilanjutkan ke pengujian regresi linear. Menurut (Ghozali, 2021) salah

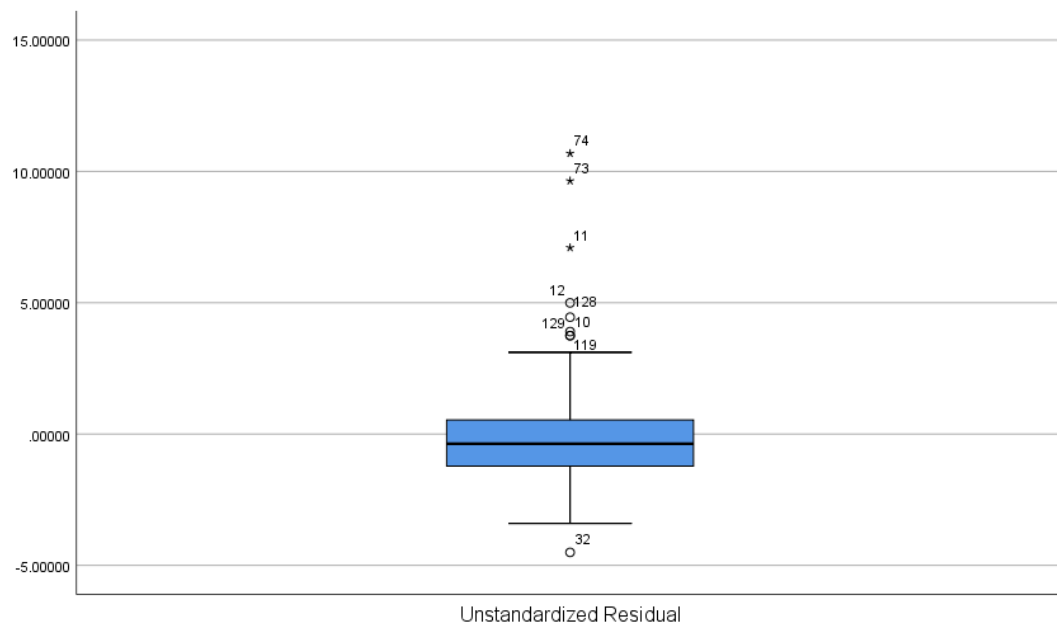
satu cara menormalkan residual penelitian dengan menggunakan analisa *outlier*.

4.2.2.2 Analisis *Outlier*

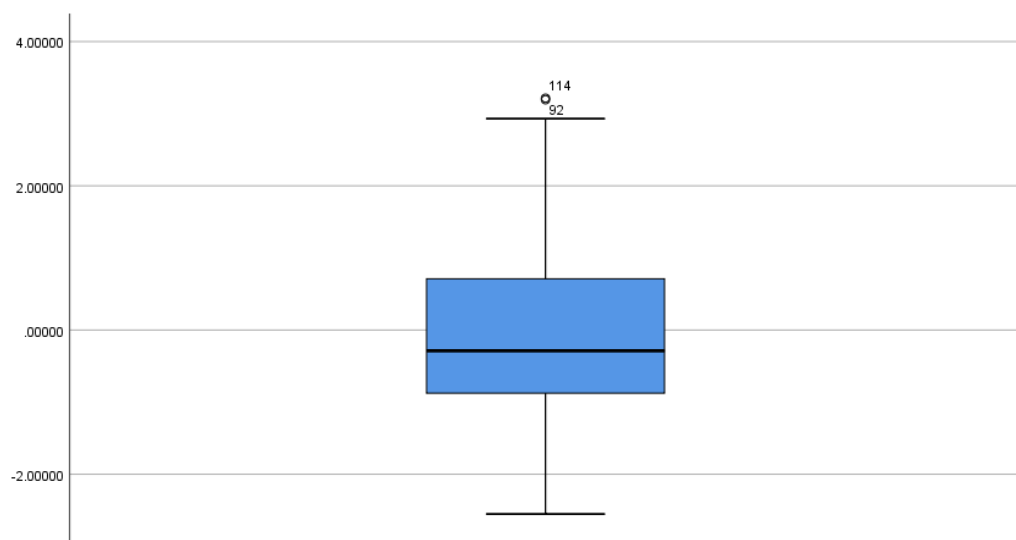
Analisis *outlier* ini dilakukan berdasarkan hasil dari uji coba *Kolmogorov – Smirnov* pertama yang masih kurang dari persyaratan $<0,05$ atau kurang dari 0,05 maka diperlukannya analisis *outlier*. Analisis *outlier* ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui sampel mana yang mengalami nilai yang ekstrem dan agar dapat dieliminasi untuk menghindari data yang *abnormal*. Berikut ini adalah hasil eliminasi sampel menggunakan analisis *outlier* untuk semua variabel.



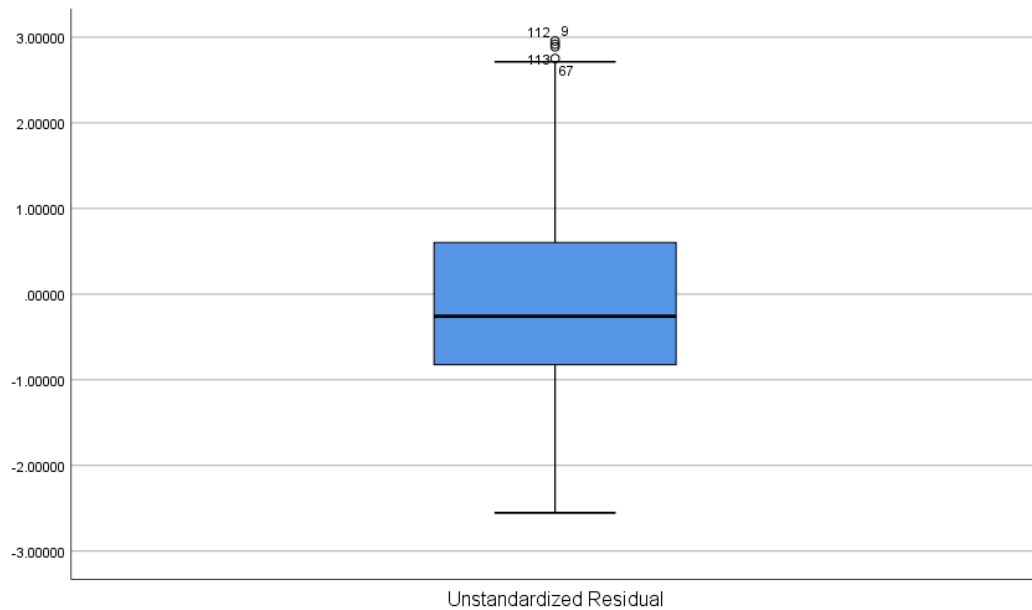
Gambar 4. 1 Outlier Data



Gambar 4. 2 Outlier Data



Gambar 4. 3 Outlier Data



Gambar 4. 4 Outlier Data

Berlandaskan dari hasil analisis *outlier* di atas, ditemukan 21 data sampel yang mengalami data ekstrem. Besarnya nilai residual diperlukan rangkaian *outlier* untuk memfilter data sampel yang ekstrem pada data – data tersebut. Perbedaan 21 data *outlier* tersebut dapat mempengaruhi validitas hasil analisis. Oleh karena itu diperlukan tindakan terhadap data – data tersebut untuk menghindari dari data yang tidak normal. Langkah yang digunakan adalah dengan melakukan outlier pada data sejumlah 21 dan mengeluarkan data outlier atau mengeluarkan data yang dianggap ekstrim sebanyak 4 data penelitian.

Pada tabel berikut ini adalah hasil dari uji *Kolmogorov – Smirnov* menggunakan penilaian monte carlo setelah dilakukannya analisis *outlier* dengan mengeliminasi 21 sampel:

Tabel 4. 4
Uji Kolmogorov Smirnov (Uji Normalitas Data)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			123
Normal Parameters^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.10068862
Most Extreme Differences	Absolute		.120
	Positive		.120
	Negative		-.065
Test Statistic			.120
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.052 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.046
		Upper Bound	.058

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Berdasarkan dari gambar di atas menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) melebihi nilai 0.05 yaitu 0.052 ini menunjukkan bahwa dari data tersebut terdistribusi normal. Kesimpulan dari model regresi tersebut lolos untuk uji normalitas.

4.2.2.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas menurut (Ghozali, 2021) bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas (independent) dengan model regresi yang ditentukan, Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independent. Untuk mengetahui ada atau tidaknya uji multikolinearitas di dalam model regresi penelitian, ditunjukkan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Hasil uji multikolinearitas yang sudah dilakukan sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Profitabilitas	.832	1.202	Tidak terjadi multikolinearitas
Manajemen Laba	.949	1.054	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Tax Avoidance</i>	.859	1.164	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Hasil yang diperoleh uji multikolinearitas pada tabel 4.5 angka VIF ditunjukkan nilai variabel profitabilitas sebesar 1,202; angka VIF untuk variabel manajemen laba sebesar 1,054; angka VIF untuk *Tax Avoidance* sebesar 1,164. Selanjutnya, pada angka

tolerance pada variabel profitabilitas sebesar 0,832; angka VIF untuk variabel manajemen laba sebesar 0,949; angka VIF untuk *Tax Avoidance* sebesar 0,859. Berdasarkan hasil VIF pada semua variabel penelitiannya yaitu $> 0,10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$; sehingga dapat disimpulkan data - data penelitian tersebut digolongkan tidak terdapat gangguan multikolinearitas dalam model regresinya.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menurut (Ghozali, 2021) bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan periode sebelumnya di dalam model regresi linear. Untuk menguji autokorelasi, penelitian ini menggunakan metode *Durbin – Watson (DW test)*. Berikut ialah hasil dari uji autokorelasi:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Autokorelasi sebelum Transformasi Lag (1)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.535 ^a	.286	.269	1.11447648	1.171

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Hasil dari percobaan pertama untuk uji data auto – korelasi seperti pada model *summary* berikut sebelum

dilakukannya transformasi mempergunakan Lag(1). Di dalam hasil tabel di atas yakni skor DW (d) yakni 1,171. Dapat dikatakan data berkorelasi apabila $dU < DW < 4 - dU$ tetapi di dalam hasil tersebut ialah $1.7559 < 1.171 < 2,244$. Jadi perlu dilaksanakan metode *Cochrane Orcutt* mempergunakan transformasi, Lag(1) sebagaimana yang telah dijelaskan pada (Ghozali, 2021) untuk mengatasi permasalahan auto – korelasi tersebut, variabel – variabel tersebut diubah menjadi Lag. Berikut hasil dari transformasi Lag (1):

Tabel 4. 7

Hasil Uji Autokorelasi sesudah Transformasi Lag (1)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.428 ^a	.184	.163	.99836	1.833

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Hasil sesudah dilaksanakannya transformasi Lag (1) pada tabel 4.7 mengindikasikan skor *Durbin – Watson* ataupun nilai (d) sebelumnya ialah 1,171 berubah menjadi 1,833. Mengambil putusan terjadi atau tidak autokorelasi dibanding tabel DW. Berdasarkan hasil uji autokorelasi $n = 123$ dan variabel bebas $k = 4$ maka hasil nilai dU 1,7559 ($4 - 1,7559$) dan nilai Dl 2,2441. Nilai DW variabel Y

(ETR) = 1,833 berada diantara 1.7559 dan 2,2441 atau dapat ditulis dengan $1.7559 < 1.833 < 2,2441$ sehingga dapat dikatakan bebas autokorelasi, hal ini berarti tidak ada masalah auto korelasi pada model regresi.

4.2.2.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2021) bertujuan untuk menguji terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. uji Spearman's Rho digunakan penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas. Ghozali, (2021) menyebutkan untuk memenuhi uji asumsi heteroskedastisitas ialah data dengan probabilitas signifikansi di atas 0,05 atau 5%. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Uji Heteroskedastisitas

			Profitabilitas (X1)	Manajemen Laba (X2)	Tax Avoidance (X3)	Unstandardiz ed Residual
Spearman's rho	Profitabilitas (X1)	Correlation	1.000	.126	-.455	-.026
		Coefficient				
		Sig (2- tailed)		.166	.000	.775
		N	123	123	123	123
	Manajemen Laba (X2)	Correlation	.126	1.000	-.099	-.064
		Coefficient				
		Sig (2- tailed)	.166	.	.276	.481
		N	123	123	123	123
	Tax Avoidance (X3)	Correlation	-.455	-.099	1.000	.114
		Coefficient				
		Sig (2- tailed)	.000	.276	.	.209
		N	123	123	123	123

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Spearman's Rho. Hasil tabel 4.8 uji Spearman's menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil uji Spearman's menunjukkan nilai signifikansi diatas 0,05 sehingga disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.3. Uji Hipotesis

4.2.3.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk pembuktian ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini membuktikan pengaruh tinggi rendahnya profitabilitas, manajemen laba, dan *Tax Avoidance* terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4. 9
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized		
			Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constat)	.733	.416		1.765	.080
Profitabilitas (X1)	14.077	2.201	.543	6.396	.000
Manajemen Laba (X2)	-2.915	1.793	-.129	-1.626	.107
<i>Tax</i> <i>Avoidance</i> (X3)	-.002	.013	-.013	-.155	.877

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2025

Dari tabel 7 analisis uji regresi linear berganda, didapatkan persamaan berikut ini:

$$\text{PBV} : 0,733 + 14,077P - 2,915ML - 0,002 TA + e$$

Uraian persamaan regresi di atas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,733 mengindikasikan bahwa tanpa ada variabel independen, yaitu Profitabilitas, Manajemen laba, dan *Tax Avoidance* maka Nilai Perusahaan akan tetap pada nilai 0,733.
- b. Koefisien regresi Profitabilitas yang bernilai 14,077. Artinya, setiap kenaikan satu satuan menyebabkan peningkatan perusahaan melaksanakan Nilai Perusahaan 14,077, dengan catatan variabel independen lainnya konstan.
- c. Koefisien regresi Manajemen Laba yang bernilai -2.915. Artinya, penurunan satu satuan pada Manajemen Laba menyebabkan penurunan peluang perusahaan melaksanakan Nilai Perusahaan -2.915, dengan catatan variabel independen lainnya konstan.
- d. Koefisien regresi *Tax Avoidance* yang bernilai -.002. Artinya, setiap kenaikan satu satuan menyebabkan penurunan peluang perusahaan melaksanakan nilai perusahaan -.002, dengan catatan variabel independen lainnya konstan.

4.2.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisiensi pada penelitian ini merupakan uji yang menggambarkan seberapa jauh keterkaitan variabel dependen yaitu profitabilitas, manajemen laba, dan *Tax Avoidance* terhadap praktik nilai perusahaan. Hasil koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Output Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.535 ^a	.286	.269	1.11447648	1.171

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,268 hal ini berarti bahwa 26,8% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel profitabilitas, manajemen laba, dan *Tax Avoidance*. Sisanya sebesar 73,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

4.2.3.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bermaksud untuk mengetahui apakah keseluruhan variabel independent secara menyeluruh (simultan) yang punya dampak signifikan atas variabel

dependent. Signifikan model regresi di dalam studi ini diuji dengan melihat skor signifikasi (sig.) di tabel berikut

Tabel 4. 11
Hasil Uji F (simultan)
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.157	3	19.719	15.876	.000 ^b
	Residual	147.805	119	1.242		
	Total	206.962	122			

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 menampakkan bahwasanya nilai F terhitung pada Model tersebut diperoleh sebesar 15,876 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap model pengaruh variabel profitabilitas, manajemen laba, dan *Tax Avoidance* secara simultan (bersama – sama) dan dapat disimpulkan layak sebagai model regresi.

4.2.3.4 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Hasil uji t bisa di lihat dari skor signifikan profitabilitas, Manajemen Laba, dan *Tax Avoidance* di dalam menjelaskan variabel dependent, yakni Nilai Perusahaan. Uji t ini dilaksanakan dengan melihat

signifikansi t pada tiap variabel terhadap *output* ataupun variabel dependent dari hasil regresi dengan tak melebihi nilai 0,05 atau $\alpha = 5\%$, maka terdapat pengaruh variabel dependen terhadap independent ataupun sebaliknya, apabila nilai signifikansi di atas 0,05 atau $\alpha = 5\%$, maka tidak terdapat pengaruh variabel dependen terhadap independent. Hasil output dari uji t pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4. 12

Output Uji t

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized		
			Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constat)	.733	.416		1.765	.080
Profitabilitas (X1)	14.077	2.201	.543	6.396	.000
Manajemen Laba (X2)	-2.915	1.793	-.129	-1.626	.107
<i>Tax Avoidance</i> (X3)	-.002	.013	-.013	-.155	.877

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2025

Dari hasil uji T diatas menampakkan hasil bahwasannya koefisiensi model regresi mempunyai skor konstanta yakni 0,733 dengan skor hitung t yakni 1,765 serta skor signifikasi yakni 0,080. Berlandaskan tabel 4.10 mendeskripsikan bahwa:

1. Profitabilitas

Hasil diatas menunjukkan bahwasanya profitabilitas mempunyai skor signifikasi yakni $0,000 < 0,05$ ataupun dibawah $0,05$ mengindikasi bahwasanya H_1 diterima dan variabel profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, serta disimpulkannya H_1 didukung yakni profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Manajemen Laba

Hasil diatas menunjukkan bahwasanya manajemen laba mempunyai skor signifikasi yakni $0,107 > 0,05$ ataupun diatas $0,05$ mengindikasi bahwasanya H_2 ditolak dan variabel manajemen laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. *Tax Avoidance*

Hasil diatas menunjukkan bahwasanya manajemen laba mempunyai skor signifikasi yakni $0,877 > 0,05$ ataupun diatas $0,05$ mengindikasi bahwasanya H_3 ditolak dan variabel *Tax Avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3 Interpretasi Hasil

4.3.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perhitungan pengaruh dari hipotesis pertama ini ialah mengukur Profitabilitas (ROA), yakni perbandingan yang bisa mencerminkan keadaan finansial perusahaan. ROA dijadikan suatu parameter pengukuran bagaimana perbandingan ini memberikan efek terhadap nilai perusahaan. Pada hasil akhir untuk skor hitung yakni 6,396 dan koefisien dengan skor 14,077 dan skor signifikasi yakni 0,080. Skor tersebut mengindikasikan bahwasanya profitabilitas berdampak signifikan atas nilai perusahaan, jadi H1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel besaran profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif, hal tersebut mengindikasikan bahwa besaran profitabilitas mendorong tingkat nilai perusahaan. Temuan ini relevan dengan karakteristik sektor *consumer non – cyclicals*, yang dikenal sebagai sektor defensif karena terdiri dari perusahaan yang memproduksi kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, dan produk rumah tangga dimana produksi tersebut permintaanya relatif stabil dalam berbagai kondisi ekonomi. Dalam sektor ini, profitabilitas menjadi indikator kunci bagi investor untuk menilai efektivitas manajemen dan kemampuan perusahaan menjaga kinerja keuangan secara berkelanjutan. Tingkat profitabilitas yang tinggi, khususnya yang diukur dengan Return on Assets (ROA), mencerminkan efisiensi

penggunaan aset untuk menghasilkan laba, serta menunjukkan daya saing dan kestabilan usaha. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat persepsi pasar, dan pada akhirnya mendorong kenaikan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian (Afifah & Adriana, 2023) yang mengindikasikan bahwa profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Hal ini juga serupa pada penelitian (Saddam *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dengan perhitungan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang dipublikasikan perusahaan, seperti tingkat profitabilitas, dapat digunakan sebagai sinyal kepada pihak eksternal, khususnya investor. Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan secara konsisten. Sinyal ini memperkuat persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan, sehingga mendorong minat investasi dan meningkatkan nilai pasar perusahaan. Dengan kata lain, profitabilitas berperan sebagai indikator kredibilitas manajemen dalam menyampaikan informasi yang relevan dan meyakinkan

pasar, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Variabel manajemen laba (X_2) yang diukur atas perbandingan jumlah laba perusahaan pada tahun t dikurangi laba perusahaan pada $t - 1$ dibagi dengan *market value of equity* $t - 1$ dengan hasil analisis uji parsial (t) menunjukkan nilai t hitung negatif sebesar -1,626 dengan nilai signifikansi sebesar 0,107. Nilai t hitung memiliki nilai negatif yang artinya arah hubungan yang dihasilkan dari variabel manajemen laba (X_2) bersifat negatif dan untuk nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05; artinya H_2 tidak diterima. Maka disimpulkan apabila perusahaan melakukan praktik manajemen laba yang dipengaruhi oleh nilai perusahaan memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel besaran manajemen laba berpengaruh tidak signifikan dan negatif, hal tersebut mengindikasikan bahwa besaran manajemen laba tidak mendorong tingkat nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manajemen laba berpengaruh tidak signifikan dan cenderung negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tindakan manajerial dalam

melakukan manajemen laba tidak secara langsung meningkatkan persepsi pasar atau nilai intrinsik perusahaan.

Hal ini dapat dijelaskan oleh beberapa alasan. Pertama, pelaku pasar dan investor saat ini cenderung lebih rasional dan memiliki akses terhadap informasi keuangan yang lebih transparan, sehingga dapat mendeteksi adanya indikasi rekayasa akuntansi atau praktik manajemen laba dalam laporan keuangan. Jika investor menilai bahwa laba yang dilaporkan tidak mencerminkan kinerja riil perusahaan, maka hal tersebut tidak akan meningkatkan minat investasi atau nilai saham perusahaan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangemanan & Muslichah, 2023) menyatakan atas penelitiannya mengenai manajemen laba tidak berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan tindakan manajer dalam melakukan manajemen laba tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Berlandaskan hasil diatas dimana pengaruh manajemen laba ditolak oleh nilai perusahaan memberikan adanya sinyal negatif, karena dianggap sebagai bentuk manipulasi laporan keuangan untuk menciptakan kinerja yang tidak sesuai dengan realitas. Ketika investor mendeteksi adanya manajemen laba, mereka cenderung kehilangan kepercayaan terhadap laporan keuangan yang disajikan.

4.3.3. Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *tax avoidace* (X_3) yang diukur atas beban pajak dibagi laba sebelum pajak dengan hasil analisis uji parsial (t) menunjukkan nilai t hitung negatif sebesar -0,155 dengan nilai signifikansi sebesar 0,877. Nilai t hitung memiliki nilai negatif yang artinya arah hubungan yang dihasilkan dari variabel *Tax Avoidance* (X_3) bersifat negatif dan untuk nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05; artinya H_3 ditolak. Maka disimpulkan apabila perusahaan melakukan praktik *Tax Avoidance* yang dipengaruhi oleh nilai perusahaan memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan, jadi H_3 ditolak yang berarti tak ada dampak *tax avoidace* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel besaran *Tax Avoidance* berpengaruh tidak signifikan dan negatif, hal tersebut mengindikasikan bahwa besaran *Tax Avoidance* tidak mendorong tingkat nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan melakukan *tax avoidance*, praktik tersebut tidak secara langsung memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor *consumer non-cyclicals*. Sektor ini dikenal memiliki karakteristik defensif, yaitu memproduksi barang kebutuhan pokok yang tetap memiliki permintaan stabil dalam berbagai kondisi ekonomi. Dengan tingkat

profitabilitas yang cenderung konsisten dan risiko usaha yang relatif rendah, investor pada sektor ini lebih fokus pada kesinambungan laba dan stabilitas jangka panjang dibandingkan strategi efisiensi pajak jangka pendek seperti *tax avoidance*. Selain itu, perusahaan di sektor ini juga sering memiliki citra publik yang kuat, karena berhubungan langsung dengan konsumen akhir. Oleh karena itu, selama praktik *tax avoidance* tidak menimbulkan risiko reputasi yang besar atau tidak mengganggu transparansi laporan keuangan, investor cenderung tidak menganggapnya sebagai faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afifah & Adriana, 2023) untuk variabel *Tax Avoidance* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan temuan yang menyatakan bahwa praktik *Tax Avoidance* tidak selalu berdampak langsung terhadap nilai perusahaan, karena citra perusahaan tetap dipertahankan oleh investor meskipun melakukan praktik *Tax Avoidance*.

Berlandaskan hasil diatas dimana pengaruh *Tax Avoidance* ditolak oleh nilai perusahaan memberikan adanya sinyal negatif, karena menunjukkan bahwa perusahaan mungkin tidak sepenuhnya transparan atau mematuhi ketentuan perpajakan secara etis. Meskipun praktik penghindaran pajak dapat meningkatkan laba jangka pendek, investor cenderung merespons

negatif terhadap strategi yang dinilai berisiko atau tidak beretika. Hal ini mengurangi kepercayaan investor dan menyebabkan sinyal yang dikirimkan perusahaan menjadi tidak efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan.