

Pengaruh *Capital Structure*, *Tax Planning*, dan *Sales Growth* Terhadap *Company Value*

Ghinaa Hazrina¹, I Ketut Wenten²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Pamulang.

*E-mail: ghinaa.hazrina@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 22-01-2025

Revision: 31-01-2025

Published: 31-01-2025

DOI Article:

10.24905/permana.v16i2.627

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *capital structure*, *tax planning* dan *sales growth* terhadap *company value*. Analisis dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan perusahaan yang terdaftar pada sektor Barang Konsumen Primer di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama rentang waktu 2019 hingga 2023. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 12 sampel perusahaan Barang Konsumen Primer yang diperoleh menggunakan teknik pemilihan sampel *Purposive Sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan terbuka yang di publish pada laman Bursa Efek Indonesia (BEI) dan web resmi perusahaan. penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu *capital structure* (X1), *tax planning* (X2) dan *sales growth* (X3) dengan variabel terikat yaitu *company value* (Y). Penelitian ini menggunakan regresi data panel sebagai teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak E-Views 12 *Student Version Lite*. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa *capital structure*, *tax planning* dan *sales growth* berpengaruh secara simultan terhadap *company value*. *Capital structure* secara parsial berpengaruh terhadap *company value*, *tax planning* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *company value*, dan *sales growth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *company value*.

Kata Kunci: *Company Value*, *Capital Structure*, *Tax Planning*, *Sales Growth*

A B S T R A C T

This research aims to test and analyze the influence of capital structure, tax planning and sales growth on company value. The analysis was carried out using annual reports of companies listed in the Primary Consumer Goods sector on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the period 2019 to 2023. The samples used in this research were 8 samples of

Acknowledgment

Primary Consumer Goods companies obtained using the purposive sampling technique using the following criteria. which has been set. The data used is secondary data in the form of annual reports of public companies published on the Indonesia Stock Exchange (BEI) website and the company's official website. This research uses 3 independent variables, namely capital structure (X1), tax planning (X2) and sales growth (X2) with a dependent variable, namely company value (Y). This research uses the panel data regression as an analysis technique which is carried out using the E-Views 12 Student Version Lite software. The research results showed that capital structure, tax planning and sales growth simultaneously influence company value. Capital structure partially has an effect on financial performance, tax planning partially did not have any effect on company value, and sales growth partially did not have any effect on company value.

Key word: *Company Value, Capital Structure, Tax Planning, Sales Growth*

© 2024 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang terus berkembang di Indonesia, industri harus meningkatkan daya saingnya karena persaingan yang ketat. Menurut Aeni & Asyik (2019) dalam Subandi & Bagana (2024), keberlanjutan perusahaan manufaktur sangat tergantung pada permintaan pasar. Karena itu, tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur terus berinovasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dinamis dalam kebutuhan konsumen dan peluang pasar. Perusahaan dalam sektor Barang Konsumen Primer merupakan bagian dari industri yang memproduksi atau menyediakan produk dan layanan yang utamanya dikonsumsi atau bersifat antisiklis. Perusahaan-perusahaan di sektor ini secara rutin menghasilkan barang dan layanan kebutuhan primer sesuai dengan permintaan. Kategori Konsumen Primer mencakup ritel barang primer, seperti produsen makanan kemasan, minuman kemasan, obat-obatan, rokok, dan barang keperluan rumah tangga. Sektor Barang Konsumen Primer diisi oleh perusahaan yang memberikan kontribusi dan pertumbuhan terbesar, menjadikannya sebagai salah satu sektor industri yang paling krusial bagi ekonomi nasional (Subandi & Bagana, 2024).

Faktor utama yang mempengaruhi *company value* adalah *capital structure*. Baik atau buruknya kualitas *capital structure* dapat berdampak langsung pada nilai keuangan perusahaan. *Capital structure* yang terlalu banyak dibiayai oleh utang akan memberatkan

1195

perusahaan tersebut (Riyanto, 2021 dalam Setyawati, 2019). *Capital structure* merupakan pendanaan permanen yang terdiri dari utang jangka panjang, saham preferen dan modal pemegang saham. Nilai buku dari modal pemegang saham terdiri dari saham biasa, modal disetor atau surplus, modal dan akumulasi ditahan (Harahap, 2019).

Company value dipengaruhi oleh tax planning. Pada dasarnya yang menjadi motivasi atau tujuan suatu perusahaan melakukan *tax planning* adalah untuk dapat meminimalisir beban pajak yang harus dibayarkan, apabila perusahaan memiliki persentase tarif pajak efektif yang lebih tinggi dari tarif yang ditetapkan maka perusahaan kurang maksimal dalam memaksimalkan insentif-insentif perpajakan yang ada maka memperkecil persentase pembayaran pajak dari laba komersial, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan laba setelah pajak, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap *company value* itu sendiri (Putri dan Irawati, 2019 dalam Sari & Irawati, 2021). *Tax Planning* bukan bertujuan melakukan kewajiban dalam perpajakan secara tidak benar, tetapi memanfaatkan kesempatan dalam peraturan pajak yang memberi keuntungan perusahaan dan tetap menguntungkan pemerintah melalui cara yang diperbolehkan (Djoko, 2009 dalam Marsaid & Pesudo, 2019). Perusahaan besar merasa di satu sisi melaksanakan *tax planning* untuk memperoleh laba yang optimal, sehingga dapat meningkatkan *company value*.

Selain tingkat *tax planning*, *sales growth* juga dapat meningkatkan *company value*. *Sales growth* adalah proses pertambahan ukuran atau volume dari penjualan. *Sales growth* mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. *Sales growth* juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila *sales growth* perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan meningkatkan *company value* yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan *sales growth* sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya (Wijaya, 2019). Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan dapat meningkatkan perolehan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan (Manggale & Widyawati, 2021). Perusahaan yang baik tentunya memiliki penjualan yang terus bertumbuh karena penjualan merupakan ujung tombak kegiatan perusahaan. Setiap perusahaan tentu mengharapkan penjualan dari tahun ke tahun untuk selalu meningkat karena *sales growth*

mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. *Sales growth* merupakan indikator pemerintah dan daya saing perusahaan dalam suatu industri (Romadhina & Andhitiyara, 2021).

Berdasarkan pembahasan diatas, tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah: Untuk menguji dan menganalisis secara simultan pengaruh *capital structure*, *tax planning*, *sales growth* terhadap *company value*. Untuk menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh *capital structure* terhadap *company value*. Untuk menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh *tax planning* terhadap *company value*. Untuk menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh *sales growth* terhadap *company value*.

Company value merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat *company value* juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang Tia (2019) dalam Sari & Irawati (2021). Menurut (Harahap (2019), *company value* yaitu suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual. Menurut Safitri (2020) dalam Rianti & Prasetya (2021) harga saham yang tinggi membuat *company value* juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang berada dalam daftar Bursa Efek Indonesia (BEI) akan memiliki kesempatan untuk menawarkan sahamnya, saham yang ditawarkan setiap perusahaan akan menarik minat para investor untuk membeli saham mereka (Santiani, 2018 dalam Rianti & Prasetya, 2021).

Capital structure merupakan pembelanjaan permanen dimana ditunjukkan dengan perimbangan antara modal sendiri dengan hutang. Perimbangan antara kedua hal tersebut akan mempengaruhi tingkat risiko dan tingkat pengembalian (*return*) yang diharapkan oleh perusahaan. Penentuan dalam pengambilan kebijakan *capital structure* perusahaan haruslah melibatkan risiko dan tingkat pengembalian (*return*) karena dengan bertambahnya hutang, risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan perusahaan juga akan bertambah besar. *Capital structure* yang optimal sangat diperlukan karena dapat mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian (*return*) (Mudjijah *et al.*, 2019).

Menurut Romadhina & Andhitiyara, (2021) *tax planning* merupakan usaha yang dilakukan oleh manajemen perusahaan agar beban pajak yang harus dibayarkan tidak terlalu tinggi. Selain itu, menurut Zain (2008) dalam Muslim & Junaidi (2020), *Tax planning* merupakan tindakan penstrukturan yang terkait dengan konsekuensi potensi pajaknya, yang tekanannya kepada pengendalian setiap transaksi yang ada konsekuensi pajaknya. *Tax planning* adalah cara yang direncanakan perusahaan dalam meminimalisir beban pajak yang dibayarkan tanpa melanggar peraturan perpajakan.

Sales growth adalah pertumbuhan dalam periode sebelumnya hingga saat ini yang berkontribusi dalam modal kerja dalam menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan. A. K. Wijaya & Herijawati (2022) dalam Octaviani & Gultom (2023). Selain itu, *sales growth* merupakan terjadinya perubahan jumlah penjualan baik itu naik ataupun turun pada suatu periode ke periode selanjutnya Agustin & Wahyuni (2020) dalam Veronica *et al.* (2022). Pertumbuhan dalam perusahaan sangat diharapkan banyak pihak, karena dengan pertumbuhan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan dapat menghasilkan laba disetiap periodenya (Veronica *et al.*, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode rumusan masalah asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2022:16). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada serta menunjukkan hubungan antar variabel. Pada penelitian ini data penelitian bersumber dari anual report perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2023. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari atau mengumpulkan catatan-catatan atau dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti seperti jurnal, buku dan *annual report* perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dapat diunduh di alamat <https://www.idx.co.id/>. Alat bantu analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software *Eviews* 12. Analisis yang digunakan yaitu Model Regresi Data Panel.

Hipotesis

H1 : Diduga terdapat pengaruh secara simultan terhadap *Capital Structure*, *Tax Planning*, dan

1198

Sales Growth terhadap *Company Value*.

H2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *capital structure* terhadap *company value*.

H3 : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *tax planning* terhadap *company value*.

H4 : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *sales growth* terhadap *company value*

HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Date: 12/30/24 Time: 16:58
Sample: 2019 2023

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.450879	0.252436	0.090455	165.8038
Median	0.451000	0.219000	0.084000	27.75000
Maximum	2.838000	1.848000	0.546000	4200.000
Minimum	0.061000	0.000000	-0.638000	0.210000
Std. Dev.	0.276483	0.185741	0.159543	463.8812
Skewness	3.947938	5.283117	-0.344592	5.611317
Kurtosis	34.75745	39.15607	6.147023	41.42071
Jarque-Bera	7362.305	9754.982	71.35375	11014.43
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	74.39500	41.65200	14.92500	27357.64
Sum Sq. Dev.	12.53660	5.657949	4.174441	35290467
Observations	165	165	165	165

Sumber: Output Eviews 12, 2024

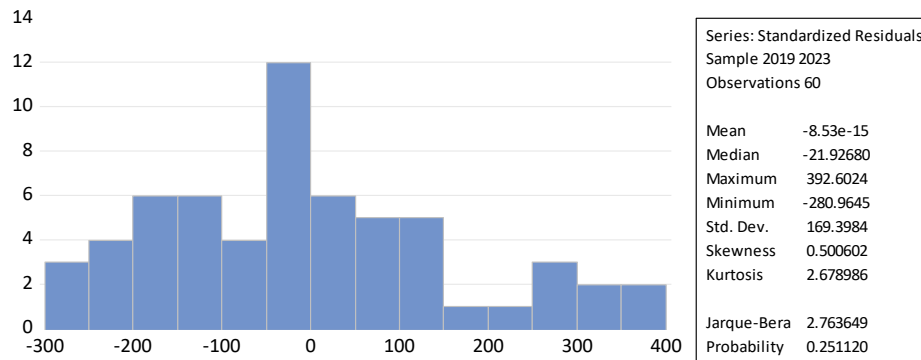
Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis dengan menggunakan statistik dekriptif dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Company Value* (Y) memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,210000 dimana nilai tersebut dimiliki oleh perusahaan Sariguna Primatirta Tbk. pada tahun 2020 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 4200,000 dimiliki oleh perusahaan Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2019, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 165,8038 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) sebesar 463,8812. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi diatas rata-rata atau $463,8812 > 165,8038$ artinya variabel *company value* memiliki variasi data yang tinggi. Jika nilai mean lebih kecil dari standar deviasi artinya penyimpangan data variabel *company value* yang terjadi tinggi, karena adanya penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.

Capital Structure (X1) memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,061000 dimana nilai

tersebut dimiliki oleh perusahaan Campina Ice Cream Industri Tbk. pada tahun 2019 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 2,838000 dimiliki oleh perusahaan Gudang Garam Tbk. pada tahun 2019, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,450879 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) sebesar 0,276483. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi dibawah rata-rata atau $0,276483 < 0,450879$ artinya variabel *Capital Structure* memiliki variasi data yang rendah. Jika nilai mean lebih kecil dari standar deviasi artinya penyimpangan data variabel *capital structure* yang terjadi rendah, karena penyebaran datanya merata hal ini mengindikasikan hasil yang lebih baik sehingga menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat homogen.

Tax Planning (X2) memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,000000 dimana nilai tersebut dimiliki oleh perusahaan Smart Tbk. pada tahun 2019 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 1,848000 dimiliki oleh perusahaan Tunas Baru Lampung Tbk. pada tahun 2022, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,252436 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) sebesar 0,185741. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi dibawah rata-rata atau $0,185741 < 0,252436$ artinya variabel *Tax Planning* memiliki variasi data yang rendah. Jika nilai mean lebih kecil dari standar deviasi artinya penyimpangan data variabel *tax planning* yang terjadi rendah, karena penyebaran datanya merata hal ini mengindikasikan hasil yang lebih baik sehingga menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat homogen.

Sales Growth (X3) memiliki nilai terendah (*minimum*) sebesar -0.638000 dimana nilai tersebut dimiliki oleh perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk. pada tahun 2019 dan nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 0.546000 dimiliki oleh perusahaan BISI Internasional Tbk. pada tahun 2020, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.090455 dan nilai simpangan baku (standar deviasi) sebesar 0,159543. Hal ini menunjukkan bahwa nilai standar deviasi diatas rata-rata atau $0,159543 > 0,090455$ artinya variabel *Sales Growth* memiliki variasi data yang tinggi. Jika nilai mean lebih kecil dari standar deviasi artinya penyimpangan data variabel *sales growth* yang terjadi tinggi, karena adanya penyebaran datanya tidak merata hal ini mengindikasikan hasil tidak baik sehingga menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias, maka dapat dikatakan data bersifat heterogen.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa nilai statistik Jarque-Bera sebesar 2,763649 dan nilai Probability Jarque-Bera > nilai signifikansi ($0,251120 > 0,05$), artinya penelitian ini data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau dikatakan persyaratan normalitas dapat terpenuhi, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap uji berikutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.206386	0.147097
X2	0.206386	1.000000	-0.069359
X3	0.147097	-0.069359	1.000000

Sumber: Output Eviews-12, 2024

Berdasarkan dari hasil uji tabel dimana Uji Multikolinearitas memiliki hasil pengujian terhadap nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel independen (X1, X2, dan X3) tidak mengalami korelasi yang lebih besar dari 0,85, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa pada penelitian ini tidak mengalami Multikolinearitas.

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	1.340234	Prob. F(9,50)	0.2408
Obs*R-squared	11.66133	Prob. Chi-Square(9)	0.2331
Scaled explained SS	17.44998	Prob. Chi-Square(9)	0.0421

Sumber: Output Eviews-12, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel bahwa Uji *Heteroskedastisitas* dengan uji *White* dapat dilihat besarnya nilai Prob. *Chi-Square* dari residual variabel independen > dari nilai

signifikansi ($\alpha = 0,05$) atau $0,2331 > 0,05$. Dengan hasil tersebut dapat ditarik simpulan bahwa pada penelitian ini dalam model regresi data panel tersebut tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

Tabel Hasil 4 Analisi Regresi Linier Data Panel

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 12/30/24 Time: 21:56				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 60				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	457.0363	71.30184	6.409881	0.0000
X1	-717.7745	119.2075	-6.021220	0.0000
X2	7.693687	28.43733	0.270549	0.7877
X3	12.77942	42.43314	0.301166	0.7644

Sumber : Eviews 12, 2024

Berdasarkan persamaan regresi linier data panel, maka dapat dijelaskan sebagai berikut: (yang diartikan adalah nilai koefisien variabel independen yang berpengaruh signifikan, yaitu nilai signifikansi kurang dari 0,05). Nilai konstanta sebesar 457.0363 artinya jika *Capital structure*, *Tax Planning* dan *Sales Growth* nilainya adalah 0, maka besarnya *Company Value* nilainya sebesar 457.0363. Tanda (+) menunjukkan hubungan berbanding lurus antara variabel X1, X2, dan X3 dengan Y, yang artinya jika nilai X1, X2, dan X3 naik maka nilai Y naik, dan sebaliknya jika nilai X1, X2, dan X3 turun maka Y turun. Nilai koefisien regresi variabel *Capital Structure* sebesar -717.7745 artinya setiap peningkatan *Capital Structure* sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan *Company Value* sebesar 717.7745 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Tanda (-) menunjukkan hubungan berbanding terbalik antara variabel X1 dengan Y, yang artinya jika nilai X1 naik maka nilai Y turun, dan sebaliknya jika nilai X1 turun maka Y naik. Nilai koefisien regresi variabel *Tax Planning* sebesar 7.693687 artinya setiap peningkatan *Tax Planning* sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan *Company Value* 7.693687 satuan. Tanda (+) menunjukkan hubungan berbanding lurus antara variabel X2 dengan Y, yang artinya jika nilai X2 naik maka nilai Y turun, dan sebaliknya jika nilai X2 turun maka Y naik. Nilai koefisien regresi *Sales Growth* yang sebesar 12.77942 artinya setiap peningkatan *Sales Growth* maka *Company Value* akan meningkatkan sebesar 12.77942. Tanda (+) menunjukkan hubungan berbanding lurus antara variabel X3 dengan Y, yang artinya jika nilai X3 naik maka nilai Y turun, dan sebaliknya jika nilai X3 turun maka Y naik.



Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (AR^2)

Weighted Statistics			
R-squared	0.410931	Mean dependent var	17.01294
Adjusted R-squared	0.379373	S.D. dependent var	53.38191
S.E. of regression	42.05419	Sum squared resid	99039.07
F-statistic	13.02174	Durbin-Watson stat	1.006354
Prob(F-statistic)	0.000001		

Sumber: Output *Eviews*-12, 2024

Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R-Squared* memiliki nilai sebesar 0.379373 Dimana besarnya nilai tersebut menunjukkan kemampuan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Capital Structure*, *Tax Planning*, dan *Sales Growth* yang dapat menjelas pengaruhnya pada variabel dependen yaitu *Company Value* sebesar 38%, sedangkan sisa dari besarnya persentase *Adjusted R-squared* yaitu sebesar 62% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 6 Hasil Uji F (Simultan)

Weighted Statistics			
R-squared	0.410931	Mean dependent var	17.01294
Adjusted R-squared	0.379373	S.D. dependent var	53.38191
S.E. of regression	42.05419	Sum squared resid	99039.07
F-statistic	13.02174	Durbin-Watson stat	1.006354
Prob(F-statistic)	0.000001		

Sumber: Output *Eviews*-12, 2024

Hasil pengujian analisis regresi data panel pada tabel diatas menunjukkan hasil dari F-hitung sebesar 13.02174. sementara untuk memperoleh nilai f-tabel, maka perlu mencari $df_1 = k$ (jumlah variabel independen ditambah variabel dependen) - 1 dan $df_2 = n$ (banyak data) - k, sehingga dalam penelitian ini memperoleh $df_1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = 60-4 = 56$ dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ maka dari perhitungan tersebut diperoleh F-tabel sebesar 2.77. Sehingga F hitung $13.02174 > F\text{-tabel } 2.77$ dengan nilai Prob (*F-statistic*) yang didapat dalam penelitian ini sebesar 0.000001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi ($0.000001 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan, yaitu *Capital Structure* (X_1), *Tax Planning* (X_2) dan *Sales Growth* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap *Company Value* (Y).

Tabel 7 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 12/30/24 Time: 21:56
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 12
Total panel (balanced) observations: 60
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	457.0363	71.30184	6.409881	0.0000
X1	-717.7745	119.2075	-6.021220	0.0000
X2	7.693687	28.43733	0.270549	0.7877
X3	12.77942	42.43314	0.301166	0.7644

Sumber: Output *Eviews*-12, 2024

Berdasarkan pada hasil analisis pada tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa pengaruh variabel independen secara parsial dengan variabel dependen adalah sebagai berikut: Berdasarkan pengujian analisis regresi data panel dimana hasil t hitung dari *Capital Structure* (X1) = sebesar -6.021220 atau nilai absolutnya sebesar 6.021220, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t-tabel ($6.021220 > 1.67252$) dengan nilai probabilitas lebih kecil dari pada nilai signifikansi ($0.0000 < 0,05$) maka H2 diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Capital Structure* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*.

Berdasarkan pengujian analisis regresi data panel dimana hasil t hitung dari *Tax Planning* (X2) = 0.270549, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel ($0.270549 < 1.67252$) dengan nilai probabilitas lebih besar dari pada nilai signifikansi ($0.7877 > 0,05$). Maka H3 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Tax Planning* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*.

Berdasarkan pengujian analisis regresi data panel dimana hasil t hitung dari *Sales Growth* (X3) = 0.301166, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel ($0.301166 < 1.67252$) dengan nilai probabilitass lebih besar dari pada nilai signifikansi ($0.7644 > 0,05$). Maka H4 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada hasil tabel Uji F (Uji Simultan) diperoleh F-hitung $13.02174 > F$ -tabel 2.77 dengan nilai prob (F-statistik) sebesar 0,000001

artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) ($0.000001 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H1) diterima, yang artinya *Capital Structure*, *Tax Planning* dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap *Company Value*. Artinya apabila *capital structure*, *tax planning*, dan *sales growth* suatu perusahaan meningkat maka akan mempengaruhi tingkat *company value* suatu perusahaan. Dengan nilai Adjusted R-Squared variabel *Capital Structure*, *Tax Planning*, dan *Sales Growth* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap *Company Value* sebesar 0.379373, artinya sifat korelasinya masih belum kuat. Hal ini menunjukkan presentase sebesar 38%, sedangkan sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel *Capital Structure* (X1) sebesar -6.021220 atau nilai absolute nya 6.021220, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t-tabel ($6.021220 > 1.67252$) dengan nilai probabilitas lebih kecil dari pada nilai signifikansi ($0.0000 < 0,05$). Dengan demikian maka dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa H2 diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Capital Structure* secara parsial berpengaruh secara parsial signifikan terhadap *Company Value*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Tunggal & Ngatno, 2018) yang membuktikan bahwa *Capital Structure* berpengaruh terhadap *Company Value*. Namun tidak sejalan dengan penelitian Irawan & Kusuma (2019) serta Sari & Irawati (2021).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel *Tax Planning* (X2) sebesar 0.270549, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel ($0.270549 < 1.67252$) dengan nilai probabilitas lebih besar dari pada nilai signifikansi ($0.7877 > 0,05$). Dengan demikian maka dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa H3 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Tax Planning* secara parsial tidak berpengaruh secara parsial signifikan terhadap *Company Value*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sari & Irawati (2021) serta Romadhina & Andhitiyara (2021) yang membuktikan bahwa *Tax Planning* tidak berpengaruh terhadap *Company Value*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hasil uji signifikansi didapat nilai probabilitas pada variabel *Sales Growth* (X3) sebesar 0.301166, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai t-tabel ($0.301166 < 1.67252$) dengan nilai probabilitas lebih besar dari

pada nilai signifikansi ($0.7644 > 0,05$). Dengan demikian maka dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa H4 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*. Hasil ini mengidentifikasi bahwa kemungkinan dikarenakan kurang efektif perusahaan dalam melakukan penjualan yang menyebabkan penjualan semakin menurun sehingga *company value* tidak meningkat. Hal ini dikarenakan tingkat penjualan yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga penjualan yang dilakukan tidak menghasilkan laba yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Apabila tingkat penjualan suatu perusahaan menurun atau meningkat tidak akan memengaruhi *company value*. Tinggi rendahnya tidak akan memengaruhi harga saham perusahaan menjadi turun ataupun naik, harga saham dalam perusahaan tidak hanya ditentukan oleh tinggi atau rendahnya penjualan yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fung (2021) serta Romadhina & Andhitiyara (2021). yang membuktikan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Company Value*.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *Capital Structure*, *Tax Planning* dan *Sales Growth* terhadap *Company Value*, pada perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Sampel penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga didapat sebanyak 12 perusahaan yang telah memenuhi kriteria, dengan total keseluruhan sampel data sebanyak 60 data. Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: *Capital Structure*, *Tax Planning* dan *Sales Growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*. *Capital Structure* berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*. *Tax Planning* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*. *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Company Value*.

DAFTAR PUSTAKA

- Fung, K. (2021). Analisis Pengaruh Earning Per Share, Sales Growth Dan Total Assets Turnover Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek INDONESIA. 6(8), 1710–1721.
- Harahap, R. (2019). Pengaruh Profitabilitas , Growth Opportunity Dan Stuktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *JURNAL Manajemen Tools*, 11(1), 175–187.

- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKTUAL*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i1.34>
- Manggale, N., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Return on Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 1–22.
- Marsaid, M. T., & Pesudo, D. A. A. (2019). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan Mauliana Tiani Marsaid. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 4(2), 11–24. <http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33/article/view/91>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai . *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–56.
- 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. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.373>
- Octaviani, A. T., & Gultom, J. B. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2021). *Global Accounting*, 2(2), 1–18. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/view/2416%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/download/2416/1557>
- Rianti, A. D., & Prasetya, E. R. (2021). Pengaruh Struktur Modal Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Sakuntala*, 1(1), 302–312. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SAKUNTALA/article/view/13564>
- Romadhina, A., & 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), 358–366.
- Sari, D., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak , Struktur Modal Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Moderasi. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 6(1), 1–12.
- Setyawati, W. (2019). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Moderasi (studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2015). *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 2(2), 214–240.
- Subandi, M., & Bagana, B. D. (2024). the Influence of Capital Structure, Company Size and Profitability on Company Value (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Primary Consumer Goods Sector Listed on the Idx. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7347–7359. www.idx.co.id
- Sugiyono, P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tunggal, C. A., & Ngatno. (2018). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

dengan Ukuran dan Umur Perusahaan sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Tahun 2014-2016) pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 141–157. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

Veronica, C., Aprilyanti, R., & Jenii. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Claudia. *Jurnal.Kdi.or.Id*, 4(41), 635–646.

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