

Pengaruh *Sales Growth*, *Tax Planning* dan *Tax Avoidance* Terhadap *Firm Value* Pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Di Bursa Efek Indonesia

Irma Ardiani^{1*}, Anggiat Situngkir², Ilham Hidayah Napitupulu³, Susilawati⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia, 20155

¹irmaardiani3@gmail.com, ²anggiatsitungkir@polmed.ac.id, ³ilhamhasan77@yahoo.com, ⁴susilawati@polmed.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of Sales Growth (sales growth ratio), Tax Planning (Tax Retention Rate/TRR), and Tax Avoidance (effective tax rate/ETR) on Firm Value (price to book value/PBV) in non-cyclicals consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2024. This study uses a quantitative approach with secondary data in the form of annual financial reports. The sample was obtained through purposive sampling, resulting in 39 companies form a total population of 130 companies. Data analysis was performed using multiple linear regression with SPSS Version 25. The results show thae sales growth has a significant positive effect on firm value, while tax planning and tax avoidance have no significant effect. This study contributes to enriching the literature on the determinants of firm value and provides practical implications for investors in evaluating a company's fundamental performance.

Keywords: *Sales Growth, Tax Planning, Tax Avoidance, Firm Value*

1. Pendahuluan

Dalam persaingan global yang ketat, perusahaan dituntut untuk tetap kompetitif dan memberikan layanan terbaik. *Firm value* mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, serta memengaruhi keputusan investasi. Menurut Nadiyasari & Gantino (2021), tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan, menyejahterakan pemegang saham, dan memaksimalkan *firm value*, yang tercermin dari fluktuasi harga saham. Yulianti & Ramadhan (2022) menambahkan bahwa *firm value* mencerminkan keberhasilan operasional dan prospek masa depan perusahaan, serta dipengaruhi oleh citra dan kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

Fakta yang berkaitan dengan *firm value* yaitu penurunan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada kuartal III-2024, seperti laba bersih yang turun 28,15% dan penjualan bersih yang merosot 10,12% berdampak pada penurunan harga saham perusahaan (Perwitasari, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa *firm value* menjadi faktor krusial dalam menarik minat investor untuk menanamkan modal.

Salah satu faktor penting dalam peningkatan *firm value* adalah *sales*

growth. Menurut Dolontelide & Wangkar (2019), pertumbuhan penjualan mencerminkan efektivitas pemasaran dan daya saing perusahaan. Faridah & Hermie (2024) menyatakan bahwa peningkatan penjualan menunjukkan keberhasilan strategi dan potensi pertumbuhan di masa depan. Adelyya & Putri (2022) menambahkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang tinggi berdampak pada peningkatan pendapatan, dividen, dan harga saham, yang pada akhirnya mendorong kenaikan *firm value* melalui PBV. Pada penelitian Afiary *et al.* (2024) dan Bitasari *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap *firm value*. Namun penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang diteliti oleh Nurhasanah & Napisah (2024) dan Margie & Melinda (2024) yang menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Dalam akuntansi, pajak dipandang sebagai beban yang mengurangi laba, sehingga bertentangan dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan. Untuk itu, perusahaan dapat merencanakan kewajiban pajaknya secara legal melalui manajemen pajak. *Tax*

planning bertujuan mengendalikan transaksi agar efisien sehingga dapat menekan beban pajak, meningkatkan laba, dan memperkuat nilai perusahaan (Rajab *et al.*, 2022). Namun, hasil penelitian masih beragam, ada yang menunjukkan pengaruh positif Anisran & Ma'wa (2023) dan ada pula yang menemukan pengaruh negatif terhadap *firm value* Kusumanegara *et al.* (2023).

Tax avoidance dipandang legal karena dilakukan dengan memanfaatkan celah peraturan perpajakan untuk mengurangi beban pajak (Wardani & Juliani, 2018). Jika dianggap sebagai strategi efisiensi, praktik ini berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Apsari & Setiawan, 2018). Namun, jika dipersepsikan sebagai bentuk ketidakpatuhan, *tax avoidance* justru dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak negatif terhadap *firm value*. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temua yang tidak konsisten, antara (Anisran & Ma'wa, 2023) menemukan pengaruh positif, sedangkan (Shubita, 2024) menemukan pengaruh negatif. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara *tax avoidance* dan *firm value* masih belum jelas, terutama dalam konteks perusahaan di Indonesia, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh bukti empiris yang lebih kuat.

Sales growth mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, yang sangat krusial bagi sektor *consumer non-cyclicals* karena produknya terkait kebutuhan pokok masyarakat. *Tax planning* penting sebagai strategi efisiensi beban pajak untuk menjaga profitabilitas dan menarik investor. Sementara itu, *tax avoidance* menimbulkan perdebatan karena dapat meningkatkan laba namun juga berisiko menurunkan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, mengkaji ketiga variabel tersebut terhadap *firm value* pada sektor *consumer non-cyclicals* di BEI tahun 2020-2024 menjadi relevan, mengingat perbedaan hasil penelitian sebelumnya dan

peran strategis sektor ini dalam perekonomian nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sales growth*, *tax planning*, dan *tax avoidance* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024.

2. Landasan Teori dan Hipotesis

2.1 Teori Agensi (*Agency theory*)

Jensen dan Meckling menyatakan bahwa teori merupakan kontrak antara manajemen dan pemegang saham, dimana pemegang saham memberikan izin kepada manajemen untuk mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan terbaiknya. Novia & Halmawati (2022) investor menginginkan informasi yang sesuai dengan keadaan perusahaan, namun manajemen memiliki tujuan lain seperti bonus, promosi dan lain sebagainya, informasi yang dimiliki manajemen lebih banyak tersedia dibandingkan dengan informasi yang dimiliki oleh investor, sehingga hal ini menyebabkan terjadinya asimetri informasi.

2.2 Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Brigham & Houston menyatakan bahwa teori sinyal menjelaskan bahwa manajemen perusahaan melakukan sinyal atau isyarat, yang menunjukkan kepada investor bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Apabila informasi memberikan sinyal yang baik kepada investor hal tersebut akan memicu perubahan volume harga saham, *firm value* yang baik diartikan tanda sinyal positif namun *firm value* buruk berpotensi menjadi sinyal yang negatif (Elisa & Amanah, 2021).

2.3 *Firm Value*

Menurut Erlinda (2022) *firm value* mencerminkan nilai jual perusahaan yang aktif dalam kegiatan bisnis dan penting untuk menjaga kepercayaan pasar. Kepercayaan ini pada akhirnya memengaruhi daya saing, prospek, dan pertumbuhan perusahaan. Sejalan dengan itu, Soetardjo & Nurmawati (2024)

menegaskan bahwa tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui pencapaian keuntungan maksimal. Nilai perusahaan sendiri umumnya tercermin dalam harga pasar saham, dimana harga saham yang tinggi menunjukkan persepsi investor yang positif terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Aprillando & Mujiyati, 2022)

Menurut Husnan faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value* adalah kebijakan deviden, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Sedangkan menurut Mayrenda & Suryanto (2022) faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value* adalah *leverage*, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan investasi, aktivitas, kebijakan deviden, pertumbuhan perusahaan, perencanaan pajak, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial.

Berdasarkan pandangan tersebut, nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal yang tercerminkan kondisi keuangan dan tata kelola perusahaan. Faktor-faktor seperti *leverage*, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, perencanaan pajak, serta kepemilikan institusional dan manajerial berkontribusi terhadap persepsi investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan. Semakin baik pengelolaan faktor-faktor tersebut, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin melalui harga pasar saham.

2.4 Sales Growth

Menurut Manggale & Widyawati (2021) peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari satu periode ke periode berikutnya disebut pertumbuhan penjualan atau *sales growth*. Dengan memahami tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, dapat diperkirakan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh pelanggan untuk mengetahui apakah prospek masa depan suatu perusahaan baik atau buruk. Dengan membandingkan jumlah penjualan

sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber dayanya untuk meningkatkan nilainya (Setyo & Adi, 2022).

Pertumbuhan penjualan yang stabil dan berkelanjutan dapat memberikan sinyal positif kepada konsumen dan investor mengenai kualitas produk yang ditawarkan serta pandangan manajemen terhadap prospek masa depan perusahaan (Septirina *et al.*, 2023).

Tingkat pertumbuhan penjualan yang baik menunjukkan adanya peningkatan kinerja keuangan, prospek bisnis yang menjanjikan, serta kepercayaan investor terhadap manajemen perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan ditempatkan sebagai salah satu variabel independen yang diasumsikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.5 Tax Planning

Tax planning merupakan strategi pengelolaan kewajiban perpajakan atas kegiatan usaha dan penghasilan, yang dilakukan. Strategi ini meliputi pengaturan waktu pengakuan pendapatan dan beban, pemilihan metode penyusutan, serta pemanfaatan insentif pajak yang disediakan pemerintah (Wahyuda *et al.*, 2025). *Tax planning* akan optimal jika perusahaan mampu mempertimbangkan potensi manfaat dan risiko dari strategi yang diterapkan. Semakin efektif pelaksanaan *tax planning*, semakin kecil beban pajak yang ditanggung, sehingga dapat menurunkan pos biaya dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Rajab *et al.*, 2022).

Tax planning dipandang sebagai salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pengelolaan pajak yang efektif tidak hanya menekan beban pajak, tetapi juga mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengatur strategi keuangan perusahaan. Kondisi ini akan meningkatkan kepercayaan investor dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

2.6 Tax Avoidance

Tax avoidance merupakan bentuk perlawanan pajak aktif, yaitu serangkaian tindakan yang secara sengaja ditujukan untuk mengurangi beban pajak. Dalam praktiknya, perusahaan memanfaatkan celah hukum atau kelemahan regulasi perpajakan guna menekan jumlah pajak yang dibayarkan (Bintang *et al.*, 2024). Meskipun *tax avoidance* tidak secara langsung melanggar ketentuan hukum, praktik ini berpotensi menimbulkan risiko reputasi dan menarik perhatian otoritas pajak, karena sering dipersepsikan sebagai bentuk penghindaran tanggung jawab sosial perusahaan terhadap negara (Wahyuda *et al.*, 2025).

Tax avoidance dapat dipandang sebagai strategi perusahaan dalam mengurangi kewajiban pajak yang berimplikasi terhadap peningkatan laba setelah pajak. Namun, strategi ini memiliki dua sisi yaitu di satu sisi mampu meningkatkan keuntungan perusahaan, tetapi di sisi lain berisiko menurunkan reputasi dan kepercayaan investor jika dianggap tidak sejalan dengan prinsip tata kelola yang baik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *tax avoidance* ditempatkan sebagai variabel independen yang diasumsikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dengan dugaan bahwa semakin tinggi praktik *tax avoidance*, semakin besar potensi peningkatan nilai perusahaan, meskipun dibayangi risiko reputasi.

2.7 Pengaruh Sales Growth terhadap Firm Value

Signaling Theory menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada pihak eksternal, khususnya investor, melalui informasi yang dipublikasikan maupun kinerja keuangan yang ditunjukkan. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan tolak ukur untuk masa depan sekaligus mencerminkan seberapa baik kinerja perusahaan di masa lalu. Investor menggunakan indikator ini untuk menilai apakah prospek masa depan perusahaan menguntungkan atau tidak (Fajriah *et al.*, 2022). Peningkatan penjualan memberikan

peluang bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar, yang pada gilirannya dapat memperkuat arus kas (Fauziyah & Kustinah, 2023). Keuntungan yang konsisten atau terus meningkat memberikan sinyal positif kepada investor dan pihak terkait mengenai prospek perusahaan kedepan (Adelyya & Putri, 2022).

H1 : *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap *firm value*.

2.8 Pengaruh Tax Planning terhadap Firm Value

Signaling theory menyatakan bahwa perusahaan menyampaikan sinyal kepada investor melalui informasi keuangan maupun kebijakan yang diambil. Perencanaan pajak yang dilakukan secara efektif menjadi sinyal positif bahwa manajemen mampu mengelola kewajiban perpajakan dengan baik, sehingga beban pajak berkurang dan laba perusahaan meningkat (Hanifah & Ayem, 2022). Namun, jika perencanaan pajak dilakukan secara agresif hingga mendekati penghindaran pajak yang tidak etis, risiko reputasi dan sanksi hukum bisa muncul, yang justru dapat merugikan *firm value* (Prastiwi & Walidah, 2020).

H2 : *Tax planning* berpengaruh positif terhadap *firm value*.

2.9 Pengaruh Tax Avoidance terhadap Firm Value

Tax avoidance dapat meningkatkan *firm value* karena kemungkinan perusahaan akan memiliki lebih banyak dana untuk investasi dan pengembangan, akibat berkurangnya beban pajak yang harus dibayar. Dengan menekan jumlah pajak yang dibayarkan, perusahaan dapat meningkatkan laba bersih serta arus kas, yang beroperasi memperkuat *firm value* di mata investor (Fikriyah & Titiek, 2022). Meskipun dapat memberikan manfaat jangka pendek, strategi ini juga memiliki risiko, seperti reputasi perusahaan yang dapat tercoreng atau berkurangnya kepercayaan dari pemangku kepentingan apabila dianggap tidak etis. Selain itu, jika praktik penghindaran pajak dilakukan

secara berlebihan, perusahaan berisiko menghadapi konsekuensi hukum dan sanksi dari otoritas pajak (Mahaetri & Muliati, 2020).

Agency theory menyatakan bahwa adanya hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*). Pemegang saham menginginkan peningkatan nilai perusahaan, sementara manajemen memiliki informasi lebih banyak mengenai kondisi internal perusahaan. *Tax avoidance* dapat digunakan oleh manajemen sebagai strategi untuk mengurangi beban pajak dan meningkatkan laba, sehingga sejalan dengan kepentingan pemegang saham untuk memaksimalkan *firm value*.

H3 : *Tax avoidance* berpengaruh positif terhadap *firm value*.

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan objek perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis data merupakan data sekunder yang diunduh melalui www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2024 dalam hal ini berjumlah 130 perusahaan. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan menerbitkan laporan keuangannya selama periode penelitian secara berturut-turut dan tidak mengalami kerugian selama periode penelitian. jumlah sampel yang memenuhi kriteria berjumlah 39 perusahaan dikali lima tahun penelitian dapatlah total pengamatan sebesar 195 data.

3.2 Operasional Variabel

3.2.1 Sales Growth (X1)

Perusahaan yang penjualannya meningkat memiliki kemampuan untuk bersaing dengan pasar dalam situasi apapun. Tingkat penjualan suatu perusahaan memengaruhi tingkat profitnya. Semakin besar profit yang telah diperoleh, dan semakin tinggi *firm value*

(Prasetyandari, 2021). Sebaliknya, apabila pertumbuhan menurun perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memperluas kapasitas operasionalnya (Afiary *et al.*, 2024). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Margie & Melinda (2024) dengan rumus sebagai berikut :

$$Sales\ Growth = \frac{Sales\ (t) - Sales\ (t-1)}{Sales\ (t-1)}$$

Keterangan :

Sales (t) = penjualan tahun ini

Sales (t-1) = penjualan tahun sebelumnya

3.2.2 Tax Planning (X2)

Tax planning dalam penelitian ini menggunakan indikator *Tax Retention Rate* (TRR) yaitu dengan membandingkan antara laba bersih perusahaan dengan laba sebelum pajak perusahaan. Semakin tinggi antara laba bersih dengan laba sebelum pajak perusahaan, maka beban pajak yang dibayarkan perusahaan juga semakin besar. Sedangkan rendah selisih tersebut, akan menghasilkan laba bersih yang dimiliki perusahaan semakin tinggi, perusahaan diindikasikan melakukan manajemen laba dengan *income maximization* (Dania, 2024). Adapun penelitian terdahulu yang menggunakan *Tax Retention Rate* (TRR) sebagai pengukuran *Tax Planning* adalah Anisran & Ma'wa (2023) dan Wahyuda *et al.* (2025), adapun rumus yang digunakan yaitu:

$$TRR = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

3.2.3 Tax Avoidance (X3)

Tax avoidance dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan proksi *Effective Tax Rate* (ETR). Yaitu perbandingan antara jumlah beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Semakin kecil nilai ETR berarti penghindaran pajak oleh perusahaan semakin besar dan begitu pula sebaliknya semakin besar nilai ETR maka penghindaran pajaknya semakin kecil (Danardhito *et al.*, 2023). Adapun

penelitian terdahulu yang menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) sebagai pengukuran *tax avoidance* adalah Margie & Melinda (2024), adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

3.2.4 Firm Value (Y)

Firm value adalah standar yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai representasi dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Anisran & Ma'wa, 2023). Dalam penelitian ini, proksi pengukuran *firm value* menggunakan PBV (*Price to Book Value*) dengan membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku per lembar saham (Cahyani & Rahayu, 2021). Kenaikan PBV mencerminkan meningkatnya kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan akan meningkatkan daya tarik saham tersebut bagi investor. Peningkatan minat investor akan mendorong permintaan saham, yang akhirnya menyebabkan harga saham mengalami kenaikan (Pasaribu *et al.*, 2022).

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, digunakan analisis regresi linear berganda agar mengetahui variabel independen mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dan penelitian ini menggunakan Program SPSS versi 25.

5. Hasil dan Pembahasan

5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, dan mean dari masing-masing variabel.

Table 1 Hasil Analisis Deskriptif

	Min	Max	Mean	Std. Dev
SG	-0,200	0,450	0,097	0,134
TP	0,360	0,830	0,770	0,0487

TAV	0,130	0,390	0,227	0,0360
FV	0,150	56,792	3,512	6,975

Sumber: Data Olahan, 2025

Tingkat rata-rata *sales growth* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024 adalah 0,9672 dengan standar deviasi 0,134327. Nilai rata-rata *tax planning* selama periode 2020 hingga 2024 adalah 0,77021 pada standar deviasi 0,048694. Nilai rata-rata *tax avoidance* selama periode 2020 hingga 2024 adalah 0,22703 pada standar deviasi 0,036089. Tingkat rata-rata *firm value* pada tahun 2020 hingga 2024 adalah 3,51218 pada standar deviasi 6,975379.

5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan melihat nilai signifikansinya.

Tabel 2 Uji Normalitas

Statistik	Nilai
N	191
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel 2 diatas hasil uji K-S *sales growth*, *tax planning*, *tax avoidance* dan *firm value* memiliki nilai *Asym Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200 (lebih besar dari 0.05) sehingga variabel independen dan dependen dapat dikatakan normal. Standar Deviation yaitu normal dan menunjukkan data berjumlah 0.37413662.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam suatu regresi linear berganda. Pengujian ini dilakukan dengan menghitung tolerance value atau nilai VIF (*Value Inflating Factor*) pada setiap variabel independen.

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
SG (X1)	0,996	1,004
TP (X2)	0,762	1,312
TAV (X3)	0,761	1,315

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel *sales growth*, *tax planning* dan *tax avoidance* sebesar 1.004; 1.312; 1.315 < 10.00. Berdasarkan nilai di atas, dapat disimpulkan model regresi pada variabel independen penelitian ini bebas dari gejala multikolineritas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya pada suatu model regresi. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Tabel 4 Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig.	Keterangan
SG (X1)	0,062	Tidak terjadi heterokedastisitas
TP (X2)	0,172	Tidak terjadi heterokedastisitas
TAV (X3)	0,484	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel 4 diatas pada kolom sig diperoleh nilai signifikasi > 0.05 untuk variabel *sales growth*, *tax planning* dan *tax avoidance*, sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji glejser tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara *error* yang terjadi pada waktu yang berbeda. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai dari *Durbin Watson* (DW) pada suatu model regresi.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Statistik	Nilai
Durbin-Watson	2,037

Sumber : Data Olahan, 2025

Nilai du Adalah 1,7951 sedangkan nilai 4-du adalah 2,037 sehingga $du < DW < 4-du$ atau $1.7951 < 2.037 < 2.2049$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

5.3 Uji Hipotesis

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar/penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai dari koefisien determinasinya yang berkisar antara 0 dan 1.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Statistik	Nilai
R Square	0,138
Adjusted R Square	0,124

Sumber : Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel 6 pengujian tersebut, dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,124 yang berarti 12,4% dan hal ini menyatakan *Sales Growth*, *Tax Planning* dan *Tax Avoidance* sebesar 12,4% untuk mempengaruhi variabel *firm value*. Selanjutnya selisih dari $100\% - 12,4\% = 87,6\%$. Hal ini menunjukkan 87,6% tersebut adalah variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini namun berpengaruh terhadap *firm value*, antara lain kebijakan deviden, keputusan investasi, struktur modal, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, dan profitabilitas.

Tabel 7 Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
SG (X1)	4,759	0,000	Berpengaruh signifikan
TP (X2)	1,808	0,072	Tidak signifikan
TAV (X3)	-1,075	0,284	Tidak signifikan

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini, yaitu *sales growth* (X1), dengan nilai signifikansi

(Sig.) $0,000 < 0,05$ berpengaruh terhadap *firm value*. Sementara itu, hipotesis kedua, yaitu *tax planning* (X2) dengan nilai signifikansi (Sig.) $0,072 > 0,05$ tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Hipotesis selanjutnya yaitu *tax avoidance* (X3) dengan nilai signifikansi (Sig.) $0,284 > 0,05$ juga tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

5.4 Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji-t menunjukkan bahwa variabel *sales growth* (X1) berpengaruh terhadap *firm value* (Y). Hubungan antara *sales growth* dan *firm value* dapat dijelaskan dengan menggunakan teori sinyal. Menurut teori sinyal, *sales growth* dapat bertindak sebagai sinyal kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Peningkatan penjualan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan mampu mencapai tujuan bisnisnya serta menghasilkan keuntungan yang besar. Oleh karena itu variabel ini penting untuk memengaruhi investor membeli harga saham dan akan berpengaruh juga pada *firm value*. Nilai penjualan yang tinggi dapat menarik investor untuk berinvestasi, karena perusahaan dinilai mampu memberikan tingkat pengembalian investasi yang diharapkan. Hal ini akan meningkatkan persepsi dan pandangan positif investor terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Bitasari *et al.* (2024) dan Afiary *et al.* (2024) yang menunjukkan hasil ditemukan pengaruh positif yang terjadi antara *sales growth* terhadap *firm value*. Disisi lain ditemukan perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Margie & Melinda (2024) dan Nurhasanah & Napisah (2024) yang menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh

terhadap *firm value*. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh faktor eksternal, khususnya pandemi Covid-19 pada awal periode penelitian, sehingga berpotensi menimbulkan anomali data pada kinerja penjualan maupun kinerja keuangan perusahaan. Penting bagi manajemen perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan pertumbuhan penjualan sebagai strategi utama dalam memperkuat *firm value*.

5.5 Pengaruh *Tax Planning* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil pengujian melalui uji-t menunjukkan bahwa variabel *tax planning* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (Y). Artinya perencanaan pajak tidak dipandang sebagai faktor utama yang secara langsung dapat meningkatkan *firm value*. Dengan kata lain, meskipun *tax planning* dapat membantu perusahaan mengurangi beban pajak, faktor ini belum tentu berkontribusi signifikan terhadap peningkatan *firm value*. Karena investor lebih memprioritaskan aspek lain, seperti tata kelola perusahaan yang baik, kinerja operasional yang stabil, dan kondisi keuangan jangka panjang, dalam menilai nilai suatu perusahaan

Dalam konteks *Agency Theory*, meskipun manajemen melakukan *tax planning* untuk menekan beban pajak dan meningkatkan laba investor tidak selalu memandangnya sebagai strategi yang secara langsung meningkatkan *firm value*. Hal ini karena adanya potensi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik, dimana manajer lebih fokus pada pencapaian target jangka pendek demi bonus atau insentif bukan pada perbaikan kinerja jangka panjang perusahaan dari perspektif *signaling theory*, *tax planning* juga tidak selalu dianggap sebagai sinyal positif oleh pasar. Investor cenderung merespons informasi yang lebih transparan dan terukur, seperti pertumbuhan laba, arus kas,

atau prospek usaha. Karena *tax planning* bersifat internal dan tidak secara eksplisit tercermin dalam laporan keuangan, pasar menilai strategi ini kurang relevan dalam memengaruhi harga saham atau meningkatkan *firm value*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuda *et al.* (2025) dan Rajab *et al.* (2022) serta Panggabean & Ritonga (2024) yang menggunakan data perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menemukan bahwa *tax planning* (perencanaan pajak) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *firm value*. Namun ditemukan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Wulandari (2025) dan Soetardjo & Nurmawati (2024) yang menunjukkan bahwa *tax planning* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Disisi lain hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisran & Ma'wa (2023) serta Kusumanegara *et al.* (2023) menunjukkan hasil yang berbeda dimana ditemukan pengaruh positif antara *tax planning* terhadap *firm value*. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh kondisi eksternal, misalnya pandemi Covid-19 yang mempengaruhi performa perusahaan pada awal periode pengamatan sehingga berpotensi menimbulkan anomali data dalam melihat dampak nyata *tax planning* terhadap *firm value*.

Manajemen perusahaan tidak terlalu mengandalkan strategi *tax planning* sebagai sarana meningkatkan *firm value*. Fokus utama perlu arahkan pada peningkatan kinerja operasional, transparansi laporan keuangan, serta tata kelola yang baik, karena aspek-aspek tersebut lebih diapresiasi oleh investor. Bagi investor, hasil ini memberikan gambaran bahwa *tax planning* bukan indikator yang cukup kuat untuk menilai prospek jangka panjang perusahaan.

5.6 Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap *Firm Value*

Berdasarkan hasil pengujian melalui uji-t menunjukkan bahwa variabel *tax avoidance* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value* (Y). Ini berarti meskipun ada indikasi bahwa penghindaran pajak dilakukan pada perusahaan, menunjukkan *tax avoidance* tersebut tidak berpengaruh terhadap *firm value*. Hal ini berarti bahwa meskipun upaya legal perusahaan untuk menghindari pajak dapat mengurangi beban pajak, tidak dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi *firm value* secara langsung oleh pasar atau investor (Karlinah *et al.*, 2023). Para investor cenderung mengabaikan seberapa besar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan, sehingga mereka tidak terlalu memperhatikan tingkat penghindaran pajak (Margie & Melinda, 2024).

Hubungan antara *tax avoidance* dan *firm value* dapat dijelaskan melalui *Agency Theory* dan *Signaling Theory*. Dalam perspektif agensi, *tax avoidance* mencerminkan potensi konflik kepentingan, di mana manajer dapat bertindak demi keuntungan pribadi sehingga menurunkan kepercayaan investor. Meskipun laba jangka pendek meningkat, hal ini tidak selalu berdampak positif pada *firm value*. Sementara itu, menurut *Signaling Theory*, pasar yang efisien telah mengantisipasi informasi terkait *tax avoidance*, sehingga tidak memberikan sinyal kuat bagi investor. Investor cenderung lebih memperhatikan indikator jangka panjang seperti inovasi, ekspansi, atau kemitraan strategis dibandingkan strategi pajak jangka pendek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Margie & Melinda (2024) dan Wahyuda *et al.* (2025) menemukan bahwa penghindaran pajak tidak memiliki pengaruh signifikan

terhadap *firm value*. Namun ditemukan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari & Estrini (2024) serta Shubita (2024) yang menunjukkan bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Disisi lain hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisran & Ma'wa (2023) serta Apriliani *et al.* (2024) menunjukkan hasil yang berbeda ditemukan pengaruh positif antara *tax avoidance* terhadap *firm value*. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi faktor eksternal, khususnya pandemi Covid-19 pada awal periode penelitian, sehingga kondisi tersebut berpotensi menimbulkan anomali data yang mempengaruhi validitas hubungan antara *tax avoidance* dan *firm value*.

Bagi manajemen perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa praktik *tax avoidance* tidak seharusnya dijadikan strategi utama dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena pasar lebih menghargai transparansi, inovasi dan stabilitas kinerja. Bagi investor, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa *tax avoidance* bukan indikator yang andal dalam menilai prospek perusahaan, sehingga analisis investasi sebaiknya lebih difokuskan pada faktor fundamental yang berhubungan langsung dengan pertumbuhan jangka panjang.

6. Simpulan dan Saran

6.1. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*, yang mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan menjadi indikator penting keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan prospek laba, serta memberikan sinyal positif bagi investor. Sebaliknya, *tax planning* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*, sehingga strategi pengelolaan pajak belum dipandang sebagai faktor utama oleh investor dalam menilai nilai perusahaan. Sementara itu, *tax avoidance* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*,

yang berarti praktik penghindaran pajak tidak secara langsung memengaruhi persepsi pasar terhadap *firm value*.

Penelitian ini menunjukkan hasil *firm value* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor operasional seperti pertumbuhan penjualan, dibandingkan kebijakan pajak. Hal ini menegaskan pentingnya kinerja operasional sebagai sinyal yang lebih kuat bagi investor. Nilai koefisien determinasi (R^2 sebesar 12,4%) menunjukkan bahwa variabel penelitian hanya mampu menjelaskan sebagian kecil varian *firm value*. Oleh karena itu, hasil penelitian memiliki keterbatasan dan tidak dapat digeneralisasi secara luas, serta membuka ruang untuk penelitian selanjutnya dengan menambah variabel-variabel lain yang relevan.

Sales growth berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Artinya *sales growth* mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mencapai target penjualan, pendapat perusahaan akan meningkat. Semakin tinggi pendapatan perusahaan, semakin besar juga potensi keuntungan yang dapat dihasilkan. Hal ini akan memberikan persepsi positif bagi investor, sehingga meningkatkan *firm value*. *Tax planning* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Artinya perencanaan pajak tidak dipandang sebagai faktor utama yang secara langsung dapat meningkatkan *firm value*. Dengan kata lain, meskipun *tax planning* dapat membantu perusahaan mengurangi beban pajak, faktor ini belum tentu berkontribusi signifikan terhadap peningkatan *firm value*. Karena investor lebih memprioritaskan aspek lain, seperti tata kelola perusahaan yang baik, kinerja operasional yang stabil, dan kondisi keuangan jangka panjang, dalam menilai nilai suatu perusahaan. *Tax avoidance* tidak signifikan terhadap *firm value*. Meskipun upaya legal perusahaan untuk menghindari pajak dapat mengurangi beban pajak, hal ini tidak dianggap sebagai faktor yang langsung mempengaruhi *firm value* oleh pasar atau investor, yang cenderung mengabaikan besaran pajak yang

dibayarkan dan tidak terlalu memperhatikan tingkat penghindaran pajak.

6.2. Saran

Adapun saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya adalah memperpanjang periode pengamatan serta menambahkan variabel independen lain seperti *leverage*, profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, kebijakan investasi, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, mengingat faktor-faktor tersebut secara akademis terbukti berpengaruh terhadap *firm value*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen dalam merumuskan strategi keuangan dan kebijakan perusahaan, serta bagi investor sebagai dasar pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.

Daftar Pustaka

- Adelyya, R., & Putri, N. E. (2022). Pengaruh debt to equity ratio, sales growth dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 123–132. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2343>
- Afiary, M. A., Norisanti, N., & Nurmala, R. (2024). Pengaruh profitabilitas, sales growth, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 5(1), 4235–4246.
- Anisran, F., & Ma'wa, M. A. F. (2023). Pengaruh tax planning & tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 305–318.
- Aprilliani, R., Muhsin, & Ikhsan, S. (2024). Pengaruh tax avoidance dan dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Dewantara (JAD)*, 8(2), 267–278.
- Aprillando, D., & Mujiyati, M. (2022). Pengaruh tax avoidance, profitabilitas, sales growth, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang tergabung dalam Indeks LQ45 di BEI periode 2018–2020). *Accounting Global Journal*, 6(1), 12–27.
- Apsari, L., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 1765–1790.
- Bintang, J. J., Situngkir, A., Napitupulu, I. H., & Hasibuan, R. P. S. (2024). Pengaruh leverage, tax avoidance, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Keuangan dan Manajemen Akuntansi*, 6(4), 291–316.
- Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024). Pengaruh ROA, DER, CR dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI. *JRAK*, 10(2), 191–204.
- Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 2(1), 1–18.
- Danardhito, A., Widjanarko, H., & Kristanto, H. (2023). Determinan penghindaran pajak: Likuiditas, leverage, aktivitas, profitabilitas, pertumbuhan, dan nilai perusahaan. *Jurnal Pajak Indonesia*, 7(1), 45–56.
- Dania, P. (2024). *Pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro].
- Dewi, N., & Wulandari, D. A. E. (2025). Pengaruh tax planning, tax avoidance dan firm size terhadap nilai perusahaan. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 486–492.

- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh sales growth dan firm size terhadap nilai perusahaan. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3039–3048.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20.
- Erlinda, A. D. (2022). Pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 11(5), 1–19.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1–12.
- Faridah, N. A., & Hermie. (2024). Pengaruh sales growth, tax avoidance dan intellectual capital pada sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2019–2023. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 895–906.
- Fauziyah, S. B., & Kustinah, S. (2023). Pengaruh agency cost reduction, sales growth, triple bottom line terhadap firm value. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 97–106.
- Fikriyah, U., & Titiek, S. (2022). Pengaruh tax avoidance, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Perpajakan (Bijak)*, 13(2), 193–201.
- Hanifah, D. F., & Ayem, S. (2022). Pengaruh perencanaan pajak dan kualitas laba terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. *Kajian Bisnis STIE WW*, 30(1), 26–39.
- Karlinah, L., Meutia, Hanifah, I. A., & Ismawati, I. (2023). Legal and financial synergy: Tax avoidance as a moderator of corporate governance mechanisms and financial performance. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(9), 1–27.
- Kusumanegara, I., Syafitri, Y., & Armereo, C. (2023). Pengaruh perencanaan pajak dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 178–188.
- Mahaetri, K. K., & Muliati, N. K. (2020). Pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi. *Hita Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 436–464.
- 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.
- Margie, L. A., & Melinda, M. (2024). Pengaruh green accounting, sales growth dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 594–607.
- Mayrenda, D., & Suryanto. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan non-keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 2(4), 463–474.
- Nadiyasari, N., & Gantino, R. (2021). Perbandingan pengaruh profitabilitas, leverage dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Indonesian Journal Accounting*, 2(2), 97–109.
- Novia, R., & Halmawati, H. (2022). Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh CSR, tax avoidance, dan sustainability reporting terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(1), 40–58.
- Nurhasanah, I., & Napisah, N. (2024). Pengaruh sales growth, kualitas audit dan opini audit terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai pemoderasi.

- Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 22(1), 157–178. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v22i1.23120>
- Panggabean, K., & Ritonga, P. (2024). Pengaruh tax planning, tax avoidance dan deferred tax burden terhadap firm value pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1618–1633.
- Pasaribu, A. D. F., Safrida, E., & Ratna, R. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan*, 5(1), 1–8.
- Perwitasari, A. S. (2024). Begini rekomendasi saham Unilever (UNVR) yang cetak kinerja kurang memuaskan. *Kontan.co.id*.
- Prasetyandari, C. W. (2021). Hubungan sales growth dan nilai perusahaan serta profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islama*, 7(1).
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 203–224.
- Purnamasari, I. D., & Estrini, D. H. (2024). Pengaruh penghindaran pajak (tax avoidance) dan transparansi terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022). *Jurnal Maneksi*, 13(3), 734–740.
- Rajab, R. A., Taqiyyah, A. N., Fitriyani, F., & Amalia, K. (2022). Pengaruh tax planning, tax avoidance, dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(2), 472–480.
- Septrina, T., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Strategi industri hijau, pengungkapan laporan keberlanjutan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan. *Jurnal Sosial dan Sains*, 3(4), 425–431.
- Setyo, A. A. Y., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, sales growth, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Conference on Economic and Business Innovation*, 2(1), 1635–1646.
- Shubita, M. F. (2024). The effect of tax avoidance on firm value with leverage as a moderating variable. *Investment Management and Financial Innovations*, 21(2), 336–344.
- Soetardjo, M. N., & Nurmawati, S. (2024). Pengaruh tax planning and carbon emission disclosure terhadap nilai perusahaan dengan komisaris independen sebagai pemoderasi. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 24(1), 131–150.
- Wahyuda, D. A., Falatifah, M., & Karlinah, L. (2025). Pengaruh tax avoidance dan tax planning terhadap firm value. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(2), 1005–1019.
- Wardani, D. K., & Juliani, J. (2018). Pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel pemoderasi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 47–61.
- Yulianti, V., & Ramadhan, Y. (2022). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(1), 1–12.