

## ***The Effect of Sales Growth, Leverage, and Profitability on Company Value with Tax Avoidance as an Intervening Variable***

**Ires Azri Rejeki**  **Muhammad Fahmi**  **Khristina Yunita**  **, dan Nina Febriana Dosinta** 

Magister Akuntansi Universitas Tanjungpura

Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak, Kalimantan Barat 78124

E-mail: [iresazri19rejeki@gmail.com](mailto:iresazri19rejeki@gmail.com)<sup>1)</sup>, [muhammad.fahmi@untan.ac.id](mailto:muhammad.fahmi@untan.ac.id)<sup>2)</sup>, [khristina.yunita@ekonomi.untan.ac.id](mailto:khristina.yunita@ekonomi.untan.ac.id)<sup>3)</sup>, [nina.febriana.d@ekonomi.untan.ac.id](mailto:nina.febriana.d@ekonomi.untan.ac.id)<sup>4)</sup>

### ***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Sales Growth, Leverage, and Profitability on Company Value with Tax Avoidance as an Intervening Variable. This study is based on the Sales Growth Ratio, with the indicator being the Net Sales Growth Ratio, Leverage with the indicator being the Debt-to-Equity Ratio (DER), Profitability with the indicator being Return on Equity (ROE), and Tax Avoidance with the indicator being the Effective Tax Rate (ETR). The method used is quantitative with a focus on numerical data. The data used is secondary data obtained from the annual reports of companies classified in the retail sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021 to 2024. The sampling technique used purposive sampling, with a sample size of 15 companies and 60 observations. The analysis method used is panel data regression, which is a combination of time series data and cross-sectional data. An intervening test was also conducted to determine the role of tax avoidance in strengthening or weakening the relationship between sales growth, leverage, and profitability on company value. All data processing was performed using EViews software. The results of the study indicate that Sales Growth, leverage, and profitability as independent variables, as well as Tax Avoidance as an intervening variable, do not have a significant effect on company value. Furthermore, Sales Growth, leverage, and profitability with Tax Avoidance as an intervening variable also do not have a significant effect on company value.*

**Keywords:** Company Value, Leverage, Profitability, Sales Growth, Tax Avoidance

## ***Pengaruh Sales Growth, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Tax Avoidance sebagai Intervening***

### ***ABSTRAK***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth*, *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap *Nilai Perusahaan* dengan *Tax Avoidance* sebagai *Intervening*. Studi ini didasarkan pada *Sales Growth Ratio*, dengan indikatornya adalah *Net Sales Growth Ratio*, *Leverage* dengan indikatornya adalah *DER*, *Profitabilitas* dengan indikatornya *Return on Equity (ROE)*, *Tax Avoidance* dengan indikatornya adalah *Effect Tax Rate (ETR)*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan fokus pada data-data numerik. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang tergolong dalam sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2024. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 15 perusahaan dan jumlah observasi sebanyak 60 data. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel, yaitu kombinasi antara data runtut waktu (*time series*) dan data lintas individu (*cross section*). Dilakukan pula uji *intervening* untuk mengetahui peran *tax avoidance* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara *sales growth*, *leverage*, dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan *software EViews*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sales Growth*, *leverage*, dan *profitabilitas* sebagai variabel bebas serta *Tax Avoidance* sebagai variabel *intervening* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *Sales Growth*, *leverage*, dan *profitabilitas* dengan *Tax Avoidance* sebagai *intervening* pun tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Leverage*, *Nilai Perusahaan*, *Profitabilitas*, *Sales Growth*, *Tax Avoidance*



## 1. PENDAHULUAN

Sektor perpajakan memiliki peran yang sangat penting dan merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara. Selain sektor migas dan nonmigas, pajak berkontribusi besar dalam mendukung pelaksanaan pembangunan nasional. Pajak memiliki potensi untuk mengubah suatu negara yang awalnya biasa menjadi negara dengan pendapatan yang tinggi, asalkan setiap warga negara melakukan pembayaran pajak secara rutin dan pengelolaannya dilakukan secara optimal oleh pemerintah. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, pajak merupakan komponen utama dalam mendanai berbagai kebutuhan anggaran aktivitas negara, khususnya untuk keperluan pembangunan. Oleh karena itu, pemerintah di berbagai negara, termasuk Indonesia, memberikan perhatian khusus terhadap pengelolaan sektor perpajakan.

Di Indonesia, lembaga pemerintah yang memiliki wewenang penuh terkait perpajakan adalah Direktorat Jenderal Pajak (DJP), yang berada di bawah Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Untuk memastikan kewajiban pelaporan dan pembayaran pajak dilakukan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan, diperlukan pemahaman dan pengetahuan yang cukup mengenai sistem perpajakan. Salah satu tantangan yang sering muncul, di kalangan pelaku usaha adalah tindakan penghindaran pajak atau *tax avoidance*, berupa strategi yang dilakukan oleh Wajib Pajak untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan.

Para pelaku usaha umumnya menilai pembayaran pajak sebagai hal yang berdampak negatif terhadap laba setelah pajak, tingkat pengembalian investasi, dan arus kas perusahaan. Di sisi lain, perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk memaksimalkan laba demi meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan (Siladjaja, 2025). Umumnya, praktik *tax avoidance* dilakukan dengan memanfaatkan perbedaan antara standar akuntansi komersial dan ketentuan perpajakan dalam menghitung laba. Hal ini karena tidak seluruh pendapatan dan beban yang diakui menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dapat diterima atau diakui berdasarkan aturan perpajakan. *Tax avoidance* atau penghindaran pajak merupakan suatu cara legal untuk mengurangi kewajiban pajak, yang dilakukan dengan memanfaatkan aturan-aturan perpajakan secara maksimal, seperti pemotongan, pengecualian, serta celah-celah yang belum diatur atau yang merupakan kelemahan dalam regulasi perpajakan yang berlaku (Kristianingsih, 2022).

Praktik *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan kerap dipandang sebagai tindakan yang merugikan untuk kepentingan masyarakat. Publik menilai bahwa perusahaan seharusnya turut serta dalam mendukung dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat melalui kewajiban membayar pajak (Putra, 2022). Namun, pandangan ini tidak selalu sejalan dengan realita di lapangan. Dari sudut pandang bisnis, *tax avoidance* dianggap sebagai strategi yang memberikan manfaat ekonomi (Jordi, 2023). Ironisnya, praktik *tax avoidance* di

Indonesia masih terjadi dalam jumlah yang cukup banyak. Inilah yang menjadi dasar dan motivasi utama dalam melakukan penelitian ini.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi praktik *tax avoidance*. Penelitian-penelitian terbaru, menunjukkan bahwa kombinasi antara *sales growth* yang agresif dan kepemilikan perusahaan yang tersebar dapat meningkatkan risiko konflik keagenan, sedangkan kepemilikan perusahaan yang terfokus justru dapat memperkuat pengawasan dan meningkatkan nilai perusahaan (Kelib, 2025). Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk menyeimbangkan ambisi pertumbuhan dengan struktur kepemilikan yang mendukung tata kelola yang sehat. *Leverage* merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi praktik *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan (Muslim & Setiawan, 2020). Sejumlah studi terbaru telah meneliti hubungan antara leverage dan praktik penghindaran pajak. *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *tax avoidance* pada perusahaan pertambangan di Indonesia (Hakim & Cahyonowati, 2024).

Profitabilitas merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan suatu perusahaan dalam menjalankan strategi *tax avoidance*. *Return on Equity* (ROE) merupakan salah satu indikator untuk menilai profitabilitas perusahaan melalui modal yang berpotensi mempengaruhi praktik *tax avoidance*. ROE mencerminkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba dari segi modal pemegang saham. Profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *tax avoidance* (Faradilla & Bhilawa, 2022). Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance* (Pratama, 2025).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Nilai suatu perusahaan dipengaruhi pertumbuhannya secara negatif dan tidak signifikan, *leverage* yang positif dan tidak signifikan, dan profitabilitas secara negatif dan tidak signifikan (Wijaya & Susilowati, 2024). Variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan bersama-sama secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Arum et al., 2024).

Penghindaran pajak jangka pendek secara signifikan mempengaruhi panjang penghindaran pajak berjalan dan hasil penelitian yang panjang penghindaran pajak *run* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Pancarani dkk., 2023). Hasil penelitian yang sedikit berbeda menyimpulkan bahwa penghindaran pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Rahmi, 2024).

Studi pada penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi dan belum konsisten, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh. Adapun unsur kebaruan dari penelitian ini ialah menjadikan *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas sebagai variabel

independen untuk diketahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Sejauh ini, penggabungan ketiga variabel independen tersebut dalam satu penelitian belum pernah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Unsur kebaruan lainnya adalah menjadi variabel *tax avoidance* sebagai intervening, di mana sejauh ini variabel tersebut lebih sering digunakan sebagai variabel independen atau dependen.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa hasil penelitian yang lebih objektif dan variatif, sehingga semakin banyak ditemukan unsur-unsur akuntansi perusahaan yang diketahui memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para investor terkait hal-hal yang perlu dipertimbangkan ketika memutuskan untuk melakukan investasi pada sebuah perusahaan.

## 2. RUANG LINGKUP

Bagian ini menjelaskan tentang cakupan permasalahan penelitian, batasan-batasan penelitian dan rencana hasil yang didapatkan.

### 2.1. Cakupan Permasalahan

Cakupan permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

Bagaimanakah pengaruh *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan-perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2021-2024?;

Bagaimanakah pengaruh *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Tax Avoidance* sebagai intervening pada perusahaan-perusahaan di sektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2021-2024?

### 2.2. Batasan-Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada variabel *Sales Growth* dengan indikatornya adalah nilai *Net Sales Growth Ratio*, kemudian pada variabel *Leverage* dengan indikatornya adalah nilai *DER*, profitabilitas dengan indikatornya adalah nilai *ROE*, *Tax Avoidance* dengan indikatornya nilai *ETR* dan nilai perusahaan dengan indikatornya adalah nilai *Tobins Q*. Pembatasan pada objek penelitian ialah pada perusahaan-perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI pada periode 2021-2024. Perusahaan memenuhi kriteria sebagai objek penelitian apabila konsisten menerbitkan laporan tahunan periode berjalan.

### 2.3. Rencana Hasil yang Diharapkan

Rencana hasil penelitian yang diharapkan adalah variabel *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, diharapkan pula dengan adanya *Tax Avoidance* sebagai intervening dapat menjadi perantara untuk ketiga variabel independen tersebut terhadap variabel dependen dalam penelitian.

## 3. BAHAN DAN METODE

Pada bagian ini akan dipaparkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

### 3.1. *Tax Avoidance* (Penghindaran Pajak)

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang menyatakan bahwa penghindaran pajak adalah suatu pajak yang dapat dengan mudah dihindari dengan tidak melakukan perbuatan yang dapat dikenakan pajak kepada seseorang (Dewi dkk., 2025). Oleh karena itu, penghindaran pajak dapat dikategorikan sebagai bentuk penghindaran pajak yang legal dilakukan oleh siapapun hanya saja secara norma dan kode etik penghindaran pajak dianggap salah karena pada penghindaran pajak ini, para pelaku bisnis mengurangi, menghindari dan meminimalisasikan beban pajak yang seharusnya dibayarkan untuk mendapatkan keuntungan lebih dan kepuasan pribadi.

Menurut Komite Urusan Fiskal dari *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD), sebagaimana dijelaskan dalam Buku Perencanaan Pajak oleh (Petrus & Susanti, 2022):

1. Pengaturan Artifisial: Terdapat pengaturan yang tampak seolah-olah nyata, padahal sebenarnya tidak ada. Pengaturan semacam ini dilakukan karena tidak adanya pertimbangan pajak dalam kenyataannya.

2. Pemanfaatan Cela Hukum: Praktik ini seringkali memanfaatkan celah celah dalam peraturan perpajakan atau menerapkan aturan hukum secara formal untuk tujuan yang bertentangan dengan semangat dari undang undang tersebut.

3. Unsur Kerahasiaan: Kerahasiaan menjadi elemen penting dalam skema ini, di mana konsultan pajak yang ditunjuk oleh perusahaan biasanya menyarankan strategi penghindaran pajak dengan syarat bahwa wajib pajak harus menjaga kerahasiaan praktik tersebut secara ketat.

Terdapat tiga keuntungan utama yang bisa diperoleh perusahaan dari penerapan strategi ini (Ervin & Widoatmodjo, 2025). yaitu sebagai berikut:

1. Pertama, perusahaan dapat mencapai efisiensi dalam pembayaran pajak kepada pemerintah, sehingga beban pajak menjadi lebih ringan.

2. Kedua, manajer dapat memperoleh keuntungan secara langsung maupun tidak langsung, misalnya dalam bentuk kompensasi dari pemilik atau pemegang saham sebagai imbalan atas upaya mereka dalam mengurangi kewajiban pajak.

3. Ketiga, *tax avoidance* membuka peluang bagi manajer untuk melakukan praktik *rent extraction*, yaitu tindakan yang menguntungkan pribadi manajer tanpa memperhatikan kepentingan pemilik atau pemegang saham, seperti penyusunan laporan keuangan yang manipulatif atau transaksi dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan khusus (Pradhana & Nugrahanto, 2021).

Untuk menghitung pengukuran penghindaran pajak, menggunakan model *Effective Tax Rate* (ETR) yaitu kas yang dikeluarkan untuk pajak dibagi dengan laba sebelum



pajak (Darmawan & Kristian, 2024). Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung penghindaran pajak menggunakan ETR (Sudibyo, 2022) yaitu sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Tax expense}}{\text{Pretax income}} \quad (1)$$

Diketahui ETR (1) adalah tarif pajak efektif, *Tax Expense* adalah beban pajak dan *Pretax Income* adalah pendapatan sebelum pajak dalam 1 (satu) tahun anggaran.

### 3.2. Sales Growth (Pertumbuhan Penjualan)

*Sales growth* atau pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Dalam konteks teori agensi, pertumbuhan penjualan dapat menciptakan potensi konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemilik perusahaan (prinsipal). Hal ini terjadi karena manajer cenderung menggunakan pencapaian pertumbuhan penjualan sebagai indikator keberhasilan kinerja jangka pendek yang dapat meningkatkan kompensasi dan reputasi mereka, meskipun belum tentu berdampak positif terhadap nilai jangka panjang perusahaan.

*Sales growth* atau pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari aktivitas penjualannya selama periode tertentu, umumnya tahunan (Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2023). Rasio ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar perubahan total penjualan perusahaan dibandingkan dengan periode sebelumnya, sehingga menjadi indikator penting dalam menilai kinerja keuangan dan prospek pertumbuhan usaha. *Sales growth* diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net sales growth ratio} = \frac{\text{Net sales}_t - \text{Net sales}_{t-1}}{\text{Net sales}_{t-1}} \times 100\% \quad (2)$$

Diketahui *Net Sales*<sub>t</sub> (2) adalah penjualan bersih pada periode t (periode sekarang). *Net Sales*<sub>t-1</sub> adalah penjualan bersih pada periode t-1 (periode sebelumnya) dan *Net Sales growth Ratio* adalah Persentase pertumbuhan penjualan bersih dari periode sebelumnya ke periode sekarang.

### 3.3. Leverage

*Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang. *Leverage* pada dasarnya menggambarkan proporsi total hutang perusahaan terhadap total aset yang dimiliki oleh perusahaan dengan maksud agar mengetahui keputusan perusahaan tersebut (Hidayat & Tasliyah, 2022). *Leverage* adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur pendanaannya.

Penggunaan utang memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

1. Dapat menurunkan beban pajak karena bunga utang bersifat sebagai biaya yang dapat dikurangkan dari pajak, dan

2. Pengembalian yang diberikan kepada kreditur bersifat terbatas, sehingga laba yang tersisa sepenuhnya menjadi hak pemegang saham. Namun, pendanaan melalui utang juga memiliki kelemahan, yaitu:
3. Perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar kembali utang tersebut dalam jangka waktu tertentu, dan
4. Tingginya rasio leverage dapat meningkatkan biaya modal serta menambah risiko kebangkrutan.

Perhitungan *Leverage* dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2023):

$$DER = \frac{\text{Total liability}}{\text{Total equity}} \quad (3)$$

Diketahui DER (3) adalah ratio utang dalam modal perusahaan, *Total Liability* adalah total kewajiban atau utang dan *Total Equity* adalah total modal.

### 3.4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kinerja keuangan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan dari pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya, seperti aset dan modal, selama periode tertentu (Tanregudio & Bengkulu, 2024). Rasio ini menjadi salah satu indikator penting untuk menilai efektivitas manajemen dalam mengelola operasional perusahaan guna menghasilkan laba. Rasio ini tercermin dari laba yang diperoleh melalui penjualan maupun pendapatan dari investasi, yang pada dasarnya mencerminkan efisiensi operasional perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba operasional dalam suatu periode dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia, sehingga dapat mencerminkan kinerja keseluruhan perusahaan.

Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Salah satu alat ukur yang umum digunakan dalam menilai profitabilitas adalah *Return on Equity* (ROE). ROE merupakan rasio yang membandingkan laba bersih terhadap modal pemilik, yang mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari ekuitas yang dimilikinya. ROE digunakan sebagai indikator efisiensi manajemen dalam mengelola modal untuk menciptakan keuntungan.

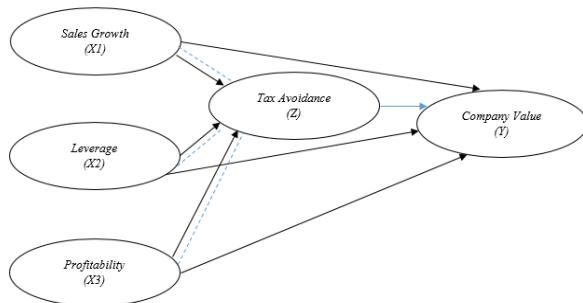
Perhitungan ROE dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Tanregudio & Bengkulu, 2024):

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total modal}} \times 100\% \quad (4)$$

Diketahui ROE (4) adalah *Return on Equity*, laba bersih adalah keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan pada 1 (satu) tahun anggaran dan total modal adalah jumlah modal yang dimiliki perusahaan.

### 3.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran sistematis mengenai hubungan antar konsep yang menjadi dasar pemikiran dalam menjawab permasalahan penelitian (Sugiyono, 2024). Kerangka ini dibangun berdasarkan teori-teori yang relevan dan hasil-hasil penelitian terdahulu, sehingga menjadi acuan dalam merumuskan hipotesis serta arah penelitian secara logis dan terstruktur. Gambar 1 berikut adalah gambaran kerangka konseptual penelitian, antara lain:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**  
*Figure 1. Conceptual Framework*

### 3.6. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang berfokus pada data numerik dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan penyajian informasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang tergolong dalam sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2024. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria antara lain:

1. Perusahaan konsisten menerbitkan laporan tahunan periode berjalan; dan
2. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 15 perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 60 data tahunan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel, yaitu kombinasi antara data runtut waktu (*time series*) dan data lintas individu (*cross section*) yang memberikan efisiensi dalam estimasi model. Selain itu, dilakukan uji intervening untuk mengetahui peran *tax avoidance* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara *sales growth*, *leverage*, dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan *software EViews*.

### 3.7. Langkah Penelitian

Dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan analisis terhadap laporan keuangan periode Tahun 2021 – 2024 dari 15 perusahaan yang menjadi objek penelitian, untuk diketahui nilai ETR sebagai data *tax avoidance*, nilai *Net Sales Growth Ratio* sebagai data *Sales Growth*, nilai DER sebagai data *Leverage*, nilai ROE sebagai data *profitabilitas* dan nilai perusahaan. Selanjutnya adalah

menyusun hasil analisis laporan keuangan tersebut secara berurutan.

Langkah berikutnya adalah melakukan pengolahan data untuk menentukan model regresi linier data panel yang tepat untuk digunakan. Selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis, yang diteruskan dengan uji Sobel untuk mengukur seberapa besar peran variabel intervening sebagai perantara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian, membahas dan menyimpulkan hasil penelitian.

## 4. PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini didapat melalui pengolahan data yang dilakukan menggunakan *software EViews*. Berikut adalah hasil dari pengolahan data tersebut.

### 4.1. Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model paling tepat antara *Fixed Effect* dan *Common Effect* dalam analisis data panel. Keputusan pemilihan model didasarkan pada nilai probabilitas (*p-value*) dari *Cross-Section Chi-Square*. Apabila nilai *p* lebih besar dari 0,05, maka model yang sesuai adalah *Common Effect Model*. Sebaliknya, jika nilai *p* kurang dari 0,05, maka model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model*. Berikut disajikan hasil dari pengujian Chow yang dilakukan:

**Tabel 1. Uji Chow Struktur I**  
*Table 1. Chow Test Structure I*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	12.663700	(14,42)	0.0000
Cross-section Chi-square	99.164019	14	0.0000

Berdasarkan hasil uji chow struktur I pada tabel 1 di atas, nilai probabilitas *Cross Section Chi Square* jauh lebih kecil dari daripada nilai signifikansi, yaitu  $0,0000 < 0,05$  sehingga menolak hipotesis nol. Oleh karena itu, *fixed effect model* merupakan model terbaik yang akan dipakai dalam penelitian. Berdasarkan hasil uji chow yang menolak hipotesis nol, maka dilakukan uji *hausman*.

**Tabel 2. Uji Chow Struktur II**  
*Table 2. Chow Test Structure II*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	9.976667	(14,41)	0.0000
Cross-section Chi-square	88.987112	14	0.0000

Berdasarkan tabel uji chow struktur II pada tabel 2 di atas, nilai probabilitas *Cross Section Chi square* jauh lebih kecil dari daripada nilai signifikansi, yaitu  $0,0000 < 0,05$  sehingga menolak hipotesis nol. Oleh karena itu, *fixed effect model* merupakan model terbaik yang akan dipakai dalam penelitian. Berdasarkan hasil uji chow yang menolak hipotesis nol, maka dilakukan uji *hausman*.

## 4.2 Uji Hausman

Uji *Hausman* berfungsi untuk menentukan model paling sesuai antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Pemilihan model dilakukan berdasarkan nilai probabilitas (*p-value*). Jika nilai *p* melebihi 0,05, maka model *Random Effect* dianggap lebih tepat. Namun, apabila nilai *p* kurang dari 0,05, maka *Fixed Effect Model* yang sebaiknya digunakan. Adapun berikut ini merupakan hasil dari pengujian *Hausman* yang telah dilakukan.

**Tabel 3. Uji Hausman Struktur I**  
*Table 3. Hausman Test Structure I*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.514749	3	0.6789

Berdasarkan tabel uji *hausman* struktur I pada tabel 3 di atas, nilai probabilitas sebesar 0,6789 lebih besar dari Alpha 0,05 sehingga menerima hipotesis nol. Maka *random effect model* yang terpilih untuk digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil uji *hausman* yang menerima H0 maka dilakukan uji *Langrange Multiplier (LM)*.

**Tabel 4. Uji Hausman Struktur II**  
*Table 4. Hausman Test Structure II*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.506761	4	0.1644

Berdasarkan tabel uji *hausman* struktur II pada tabel 4 di atas, nilai probabilitas sebesar 0,1644 lebih besar dari Alpha 0,05 sehingga menerima hipotesis nol. Maka *random effect model* yang terpilih untuk digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil uji *hausman* yang menerima H0 maka dilakukan uji *Langrange Multiplier (LM)*.

## 4.3 Uji Langrange Multiplier

Uji *Langrange Multiplier (LM)* digunakan untuk menentukan apakah model *Random Effect* lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect*. Penentuan model dilakukan dengan memperhatikan nilai probabilitas (*p-value*). Apabila nilai *p* lebih besar dari 0,05, maka model yang sesuai adalah *Common Effect*. Sebaliknya, jika nilai *p* kurang dari 0,05, maka *Random Effect Model* dianggap lebih tepat untuk digunakan dalam analisis.

**Tabel 5. Uji Langrange Multiplier Struktur I**  
*Table 5. Langrange Multiplier Test Structure I*

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	46.43029 (0.0000)	1.556415 (0.2122)	47.98670 (0.0000)
Honda	6.813977 (0.0000)	-1.247564 (0.8939)	3.936049 (0.0000)
King-Wu	6.813977 (0.0000)	-1.247564 (0.8939)	1.730297 (0.0418)
Standardized Honda	7.419867 (0.0000)	-1.011678 (0.8442)	1.375010 (0.0846)
Standardized King-Wu	7.419867 (0.0000)	-1.011678 (0.8442)	-0.531941 (0.7026)
Gourieroux, et al.	--	--	46.43029 (0.0000)

Berdasarkan tabel uji *Lagrange Multiplier* struktur I pada tabel 5 di atas, nilai probabilitas sebesar  $0,0000 < 0,05$  sehingga menolak hipotesis 0. Dengan demikian model estimasi regresi data panel untuk *Leverage*, profitabilitas, *sales growth* terhadap nilai perusahaan dengan nilai perusahaan berdasarkan uji adalah *Random Effect Model (REM)*.

**Tabel 6. Uji Langrange Multiplier Struktur II**  
*Table 6. Langrange Multiplier Test Structure II*

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	31.90534 (0.0000)	0.656365 (0.4178)	32.56171 (0.0000)
Honda	5.648481 (0.0000)	-0.810163 (0.7911)	3.421208 (0.0003)
King-Wu	5.648481 (0.0000)	-0.810163 (0.7911)	1.637626 (0.0507)
Standardized Honda	6.453470 (0.0000)	-0.498226 (0.6908)	0.863499 (0.1939)
Standardized King-Wu	6.453470 (0.0000)	-0.498226 (0.6908)	-0.590607 (0.7226)
Gourieroux, et al.	--	--	31.90534 (0.0000)

Berdasarkan tabel uji *Lagrange Multiplier* struktur II pada tabel 6 di atas, nilai probabilitas sebesar  $0,0000 < 0,05$  sehingga menolak hipotesis 0. Dengan demikian model estimasi regresi data panel untuk *Leverage*, profitabilitas dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan, melalui perantara *tax avoidance* berdasarkan uji adalah *Random Effect Model (REM)*.

## 4.4 Uji Regresi Linier Data Panel

Pendekatan penelitian ini menggunakan regresi data panel, yang menggabungkan data *cross-section* dan *time*

series untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel secara lebih mendalam.

*Random Effect Model (REM)* adalah bentuk estimasi regresi yang diterapkan dalam uji regresi data panel di penelitian ini. Tabel 6 dan Tabel 7 menampilkan hasil regresi *Random Effect Model (REM)* sebagaimana tercantum di bawah ini:

**Tabel 7. Uji Regresi Linier Data Panel Struktur I**  
*Table 7. Regression Linear Panel Date Test Structure I*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.215619	0.020695	10.41904	0.0000
X1SG	-0.046772	0.026202	-1.785048	0.0797
X2DER	-0.004854	0.012720	-0.381656	0.7042
X3ROE	0.004341	0.006329	0.685906	0.4956
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.058760	0.7814	
Idiosyncratic random		0.031079	0.2186	
Weighted Statistics				
R-squared	0.063938	Mean dependent var	0.052965	
Adjusted R-squared	0.013792	S.D. dependent var	0.030877	
S.E. of regression	0.030664	Sum squared resid	0.052655	
F-statistic	1.275036	Durbin-Watson stat	2.058767	
Prob(F-statistic)	0.291807			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.028579	Mean dependent var	0.207167	
Sum squared resid	0.221696	Durbin-Watson stat	0.488978	

Dari tabel 7 di atas, maka diperoleh persamaan linier regresi sebagai berikut:  $Y = 0,215619 - 0,046772X1 - 0,004854X2 + 0,004341X3$ .

Berdasarkan tabel 6 di atas didapatkan hasil bahwa variabel *sales growth (SG)*, *Leverage (LEV)* dan Profitabilitas (ROE) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai probabilitas masing-masing 0,0797, 0,7042 dan 0,4956 dari 0,05 sebagai batas signifikansi. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yakni, *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -0,046772 maka *sales growth* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *sales growth* meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan menurun sebesar 0,046772. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap *sales growth* sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan meningkat 0,046772.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yakni, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -0,004854 maka *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *leverage* meningkat sebesar satu persen maka

nilai perusahaan menurun sebesar 0,004854. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap *leverage* sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan meningkat 0,004854.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yakni, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,004341 maka profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai profitabilitas meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,004341. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap profitabilitas sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan menurun 0,004341.

Dalam penelitian ini nilai *R-squared* yang dihasilkan sebesar 0,063938 yang memiliki arti bahwa *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas hanya mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 6,39%. Dengan demikian menunjukkan pengaruh yang lemah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar penelitian.

**Tabel 8. Uji Regresi Linier Data Panel Struktur II**  
*Table 8. Regression Linear Panel Date Test Structure II*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.094410	1.179656	2.623145	0.0113
X1SG	-1.565241	0.952274	-1.643687	0.1059
X2DER	0.226164	0.428674	0.527590	0.5999
X3ROE	-0.324084	0.224667	-1.442507	0.1548
ZETR	-4.161582	4.592692	-0.906131	0.3688
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random			1.713328	0.7065
Idiosyncratic random			1.104299	0.2935
Weighted Statistics				
R-squared	0.109897	Mean dependent var	0.603854	
Adjusted R-squared	0.045162	S.D. dependent var	1.155580	
S.E. of regression	1.129184	Sum squared resid	70.12813	
F-statistic	1.697652	Durbin-Watson stat	1.241456	
Prob(F-statistic)	0.163707			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.105296	Mean dependent var	1.968667	
Sum squared resid	251.0713	Durbin-Watson stat	0.346758	

Dari tabel 7 di atas, maka diperoleh persamaan linier regresi sebagai berikut:  $Y = 3,094410 - 1,565241X1 + 0,226164X2 - 0,324084X3 - 4,161582Z$ .

Berdasarkan tabel 7 di atas didapatkan hasil bahwa variabel *sales growth (SG)*, *Leverage (LEV)* dan Profitabilitas (ROE) melalui *tax avoidance (ETR)* sebagai intervening tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai probabilitas masing-masing 0,1059, 0,5999 dan 0,1548 dari 0,05 sebagai batas signifikansi. Sedangkan *tax avoidance (ETR)* sebagai intervening tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas 0,3688. Hasil ini menunjukkan

bahwa hipotesis kelima dalam penelitian ini yakni, *tax avoidance* sebagai intervening berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -4,161582 maka *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *tax avoidance* meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan menurun sebesar 4,161582. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap *tax avoidance* sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan meningkat 4,161582.

Hipotesis kelima dalam penelitian ini yakni, *sales growth* melalui *tax avoidance* sebagai intervening berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -1,565241 maka *sales growth* melalui *tax avoidance* sebagai intervening memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *sales growth* dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan menurun sebesar 1,565241. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap *sales growth* dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan meningkat 1,565241.

Hipotesis keenam dalam penelitian ini yakni, *leverage* melalui *tax avoidance* sebagai intervening berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,226164 maka *leverage* melalui *tax avoidance* sebagai intervening memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai *leverage* dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,226164. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap *leverage* dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,226164.

Hipotesis ketujuh dalam penelitian ini yakni, profitabilitas melalui *tax avoidance* sebagai intervening berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Dengan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -0,324084 maka profitabilitas melalui *tax avoidance* sebagai intervening memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai profitabilitas dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening meningkat sebesar satu persen maka nilai perusahaan menurun sebesar 0,324084. Begitu pun sebaliknya, apabila terjadi penurunan penilaian terhadap profitabilitas dengan perantara *tax avoidance* sebagai intervening sebesar satu persen maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,324084.

Dalam penelitian ini nilai *R-squared* yang dihasilkan sebesar 0,109897 yang memiliki arti bahwa *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas dengan *tax avoidance* sebagai intervening hanya mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 10,99%. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas determinasi menunjukkan pengaruh yang lemah,

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar penelitian.

Meskipun menunjukkan bahwa kualitas pengaruh yang lemah, namun nilai koefisien determinasi dengan adanya *tax avoidance* sebagai intervening sedikit lebih tinggi dibandingkan tanpa *tax avoidance* sebagai intervening. Artinya, penggunaan *tax avoidance* sebagai perantara dalam penelitian ini diprediksi mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pengaruh *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

#### 4.5 Uji Sobel

Uji dilanjutkan dengan melakukan uji sobel. Hasil perhitungan *sobel test* pertama mendapatkan nilai z untuk variabel *sales growth* dengan *tax avoidance* sebagai intervening sebesar 0,87, karena nilai z yang diperoleh sebesar  $0,87 < 2,00$  dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi perantara pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

Hasil perhitungan *sobel test* kedua mendapatkan nilai z untuk variabel *leverage* dengan *tax avoidance* sebagai intervening sebesar 0,0009, karena nilai z yang diperoleh sebesar  $0,0009 < 2,00$  dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi perantara pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hasil perhitungan *sobel test* ketiga mendapatkan nilai z untuk variabel profitabilitas dengan *tax avoidance* sebagai intervening sebesar 0,57, karena nilai z yang diperoleh sebesar  $0,57 < 2,00$  dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi perantara pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis pertama bahwa *Sales Growth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dapat dilihat pada nilai probabilitas yang menunjukkan nilai 0,0797 dimana angka tersebut di atas nilai signifikansi 0,05 ( $0,0797 > 0,05$ ). Melalui pengujian yang dilakukan hasil *Sales Growth* menunjukkan arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar -0,047. Dapat diartikan setiap terjadinya kenaikan pada *Sales Growth* sebesar satu persen maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,047 persen. Sehingga diprediksi bahwa semakin tinggi nilai *Sales Growth* yang dihasilkan perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan. *Sales Growth* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* diukur menggunakan perhitungan *DER*. Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis kedua bahwa *Leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dapat dilihat pada nilai probabilitas yang menunjukkan nilai 0,7042 dimana angka tersebut di atas nilai signifikansi 0,05 ( $0,7042 > 0,05$ ).

0,05). Melalui pengujian yang dilakukan hasil *Leverage* menunjukkan arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar -0,0049. Dapat diartikan setiap terjadinya kenaikan pada *Leverage* sebesar satu persen maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,0049 persen. Sehingga diprediksi bahwa semakin tinggi nilai *Leverage* yang dihasilkan perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan. *Leverage* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Leverage* tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas diukur menggunakan perhitungan *ROE*. Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis ketiga bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dapat dilihat pada nilai probabilitas yang menunjukkan nilai 0,4956 dimana angka tersebut di atas nilai signifikansi 0,05 ( $0,4956 > 0,05$ ). Melalui pengujian yang dilakukan hasil profitabilitas menunjukkan arah pengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 0,0043. Dapat diartikan setiap terjadinya kenaikan pada profitabilitas sebesar satu persen maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,0043 persen. Sehingga diprediksi bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas yang dihasilkan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap nilai perusahaan.

*Tax Avoidance* diukur menggunakan perhitungan *ETR*. Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis keempat bahwa *Tax Avoidance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dapat dilihat pada nilai probabilitas yang menunjukkan nilai 0,3688 dimana angka tersebut di atas nilai signifikansi 0,05 ( $0,3688 > 0,05$ ). Melalui pengujian yang dilakukan hasil *Tax Avoidance* menunjukkan arah pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar -4,16. Dapat diartikan setiap terjadinya kenaikan pada *Tax Avoidance* sebesar satu persen maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 4,16 persen. Sehingga diprediksi bahwa semakin tinggi nilai *Tax Avoidance* yang dihasilkan perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan. *Tax Avoidance* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Tax Avoidance* sebagai intervening tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis kelima menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui *Tax Avoidance* sebagai variabel intervening ditolak. Nilai probabilitas yang diperoleh pada hasil pengujian *indirect effect* sebesar 0,1059, menunjukkan bahwa hasil tersebut lebih besar dari standar nilai signifikansi 0,05 ( $0,1059 > 0,05$ ). Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -1,6 artinya memiliki hubungan berlawanan arah atau negatif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak secara langsung. Maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi

perantara pengaruh *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis keenam menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui *Tax Avoidance* sebagai variabel intervening ditolak. Nilai probabilitas yang diperoleh pada hasil pengujian *indirect effect* sebesar 0,5999, menunjukkan bahwa hasil tersebut lebih besar dari standar nilai signifikansi 0,05 ( $0,5999 > 0,05$ ). Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,23 artinya memiliki hubungan searah atau positif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak secara langsung. Maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi perantara pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui *Tax Avoidance* sebagai variabel intervening ditolak. Nilai probabilitas yang diperoleh pada hasil pengujian *indirect effect* sebesar 0,1548, menunjukkan bahwa hasil tersebut lebih besar dari standar nilai signifikansi 0,05 ( $0,1548 > 0,05$ ). Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar -0,32 artinya memiliki hubungan berlawanan arah atau negatif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak secara langsung. Maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* tidak mampu menjadi perantara pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai *R-Squared* pada struktur I adalah sebesar 0,0639. Ini berarti bahwa kontribusi *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan tergolong lemah dengan persentase 6,39 persen. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai *R-Squared* pada struktur II adalah sebesar 0,11. Ini berarti bahwa kontribusi *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas dengan *Tax Avoidance* sebagai intervening terhadap nilai perusahaan masih tergolong lemah dengan persentase 11 persen.

Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan *Tax Avoidance* sebagai perantara atau intervening mampu meningkatkan kontribusi pengaruh *Sales Growth*, *Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung, meskipun tidak signifikan.

## 5. KESIMPULAN

*Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Tax Avoidance* sebagai intervening tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adanya variabel intervening adalah *Sales Growth* dengan *tax avoidance* sebagai intervening tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* dengan *tax avoidance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dengan *Tax Avoidance* sebagai intervening tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keberadaan *Tax Avoidance* sebagai intervening memang tidak mampu menjadi perantara pengaruh *Sales Growth*.



*Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kontribusi pengaruh *Sales Growth, Leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung, meskipun tidak signifikan.

## 6. SARAN

Perlu adanya konsistensi untuk memperoleh laba setiap tahunnya, sebab pertumbuhan laba dapat memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan meskipun terlihat memberikan dampak terhadap nilai perusahaan, namun tidak selalu bersifat positif. Peningkatan penjualan yang tidak menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, justru dapat menyebabkan nilai perusahaan menurun. Oleh sebab itu, perusahaan harus memastikan bahwa peningkatan penjualan berkontribusi meningkatkan keuntungan perusahaan.

Penggunaan utang dalam operasional perusahaan pun sedapat mungkin untuk dikurangi. Akan lebih baik jika perusahaan memanfaatkan keuntungan yang diperoleh dan modal sendiri dalam operasional. Jumlah utang sebaiknya dapat dikurangi secara konsisten untuk mengurangi beban perusahaan. Hal ini disebabkan semakin besar jumlah utang perusahaan, justru dapat menurunkan nilai perusahaan itu sendiri.

*Tax Avoidance* harus dapat dikurangi atau sedapat mungkin tidak dilakukan oleh perusahaan. Penghindaran pajak yang dilakukan dapat menimbulkan kesan bahwa perusahaan tersebut tidak mentaati regulasi yang berlaku dan menimbulkan masalah di kemudian hari, terkait dengan tanggung jawab perusahaan terhadap pajak. Perusahaan dengan *Tax Avoidance* yang tinggi justru dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel-variabel yang berbeda misalnya pertumbuhan laba, ROA atau NPL agar diperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi.

## 7. REFERENSI

- Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(2).
- Darmawan, A. N., & Kristian, E. L. (2024). Implikasi Manajemen Laba Dan Leverage Terhadap Aplikasi Tax Avoidance. *JURNAL KOPERASI DAN MANAJEMEN*, 5(01), 64–74.
- Dewi, T. P., Septriana, I., & Mardjono, E. S. (2025). Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance dengan Institutional Ownership sebagai Variabel Moderasi. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 21(1), 197–211.
- Ervin, E., & Widoatmodjo, S. (2025). Peran inovasi dan strategi lingkungan terhadap keunggulan kompetitif melalui kemampuan dinamis perusahaan manufaktur di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(4), 696–709.
- Faradilla, I. C., & Bhilawa, L. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan sales growth terhadap tax avoidance. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 34–44.
- Hakim, H., & Cahyonowati, N. (2024). Pengaruh Leverage Terhadap Tax Avoidance Dengan Institutional Ownership Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(4).
- Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 5(1), 94–120.
- Jordi, M. J. (2023). Pengaturan Dan Tantangan Penerapan Doktrin Substance Over Form Sebagai General Anti-Avoidance Rule Dalam Pencegahan Praktik Penghindaran Pajak Di Indonesia. *Jurnal Law and Taxation*, 1(1), 125–176.
- Kelib, S. A. (2025). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, dan Capital Intensity terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023). *Universitas Islam Indonesia*.
- Kristianingsih, A. W. (2022). Pengaruh Komite Audit, Komisaris Independen, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Pancarani, N., Athori, A., & Kusumaningarti, M. (2023). Pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 11(1), 52–63.
- Petrus, K., & Susanti, M. (2022). Pengaruh Penerapan Perencanaan Pajak Pada Istribusi Laba (Sektor Industri Barang). *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(12), 145–152.
- Pradhana, A. Z., & Nugrahanto, A. (2021). Agresivitas Pelaporan Keuangan Dan Penghindaran Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 5(2), 90–101.
- Pratama, A. (2025). Analisis Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955| p-ISSN 2809-0543*, 6(7), 1872–1883.
- Putra, W. E. (2022). Corporate Social Responsibility & Tax Avoidance (Perspektif Perusahaan Syariah). *Penerbit Adab*.
- Rahmi, F. W. (2024). Pengaruh Tax Avoidance, Manajemen Laba dan Capital Structure Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 4(4), 172–183.
- Siladjaja, M. (2025). Kualitas Laba Dan Manajemen Pajak: Sebuah Tinjauan Terhadap Kebijakan

- Dividen. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Sudibyo, H. H. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 78–85.
- Tanregudio, H., & Bengkulu, U. M. (2024). Perkembangan standar akuntansi keuangan di indonesia. *1(3)*, 35–39.
- Wijaya, L. H., & Susilowati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 12(1), 105–112.