

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN  
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**



**Ditulis Oleh**

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

**PROGRAM STUDI SARJANA AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PAMULANG  
TANGERANG SELATAN**

**2024**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN  
AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Akutansi



**Ditulis Oleh**

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

**PROGRAM STUDI SARJANA AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PAMULANG  
TANGERANG SELATAN**

**2024**

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

**(QS. Al -Baqarah: 286)**

“Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

**(QS. Al-Anfal: 46)**

*“The act of wanting to pursue something maybe even more precious than actually becoming that, that thing so I feel like just being in the process itself is a prize and so you shouldn't think of it as a hard way and even if you do get stressed out you should think of it as happy stress just enjoy while pursuing it cause it's that precious”*

**(Mark Lee)**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

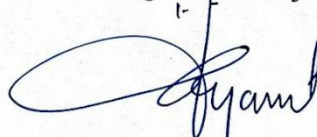
Skripsi telah disetujui untuk diajukan kepada majelis penguji skripsi  
Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pamulang, pada tanggal 10 Juli 2024

Menyetujui  
Pembimbing Skripsi,



**Wiwik Hasbiyah AN, S.H.I., M.A.**  
**NIDN. 0406107903**

Mengetahui  
Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi



**Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA.**  
**NIDN. 0003047701**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

Skripsi telah dipertahankan di majelis penguji skripsi  
Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pamulang, pada tanggal 27 Juli 2024 dan dinyatakan LULUS.


Pembimbing Skripsi

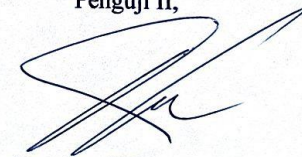
  
**Wiwik Hasbiyah AN, S.H.I., M.A.**  
**NIDN. 0406107903**

Penguji I

Menyetujui

Penguji II,

  
**Adam Sugiarto, S.Pd.I., M.Pd.I.**  
**NIDN. 0418038706**

  
**Ita Darsita, S.E., M.M., M.Ak.**  
**NIDN. 0402047801**

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

  
**Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA.**  
**NIDN. 0003047701**



## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Aulia Putri

NIM : 201011200494

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Akuntansi

Program : Sarjana

Konsentrasi : Perpajakan

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini ditulis dengan penuh tanggung jawab dan benar-benar hasil penelitian pribadi;
2. Skripsi ini bukan hasil plagiat dan atau menyalin dari skripsi orang lain;
3. Setiap kutipan, saduran dan atau pernyataan yang terdapat di dalam skripsi ini, merupakan rujukan yang disebutkan jelas sumbernya dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Apabila dikemudian hari, terbukti ada pelanggaran mengenai keaslian Skripsi ini, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Pamulang, 10 Juli 2024



**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Riska Aulia Putri  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 14 Oktober 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Jalan Hj. Sa'arih, Perumahan Sasmita Loka No.21,  
RT/RW 002/004, Kel. Pamulang Barat, Kec.  
Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi  
Banten, 15417  
Telepon : 089669137174  
Email : riskaputri06.rp59@gmail.com  
Aktif Riwayat Pendidikan : 1. SDIT Al-Adzkar (2008-2014)  
2. MTsN 1 Kota Tangerang Selatan (2014-2017)  
3. SMK Al-Amanah (2017-2020)  
4. Universitas Pamulang (2020-2024)

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pamulang, 10 Juli 2024

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT. Atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan ku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan ku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW. Ku persembahkan skripsi ini kepada orang yang ku cintai dan ku sayangi.

### **Mama dan Papa Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan skripsi ini kepada Mama (Puput Sri Fatimah) dan Papa (Arip Setyanto) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mama dan Papa bahagia karena ku sadari, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Mama dan Papa yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terima kasih Mama... Terima kasih Papa...

### **Teman – teman**

Untuk teman-temanku yang selalu memberikan dan membuatku semangat dan rajin untuk menyelesaikan skripsi ini (Galuh Adella Lokahita dan Nabilah Putri Syahirah)

### **Dosen Pembimbing Skripsi**

Ibu Wiwik Hasbiyah AN, S.H.I., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih banyak Ibu sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan perusahaan-perusahaan pada sektor barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2018 hingga tahun 2022. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 13 perusahaan sektor barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2018 hingga tahun 2022 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dari setiap perusahaan yang telah dijadikan sampel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebagai variabel bebas pertama, dan Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas kedua serta Nilai Perusahaan ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Metode regresi data panel digunakan sebagai metodologi penelitian pada penelitian ini. Analisa hasil penelitian menggunakan bantuan perangkat lunak *Eviews 12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang terbaik adalah *Random Effect Model* (REM). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Agresivitas Pajak secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan secara simultan Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci:** Pertumbuhan Penjualan, Agresivitas Pajak, Nilai Perusahaan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of sales growth and tax aggressiveness on firm value. This research was conducted by analyzing the financial statements of companies in the primary consumer goods sector of the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2018 to 2022. This type of research is associative quantitative research. The samples used in this study were 13 companies in the primary consumer goods sector of the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2018 to 2022 using purposive sampling techniques. The data used in this study are secondary data in the form of financial reports from each company that has been sampled. The variables used in this study are Sales Growth ( $X_1$ ) as the first independent variable, and Tax Aggressiveness ( $X_2$ ) as the second independent variable and Firm Value ( $Y$ ) as the dependent variable. The panel data regression method is used as a research methodology in this study. The results showed that the best model was the Random Effect Model (REM). The results in this study indicate that Sales Growth partially has no effect on Firm Value, Tax Aggressiveness partially affects Firm Value, and simultaneously Sales Growth and Tax Aggressiveness affect Firm Value.*

**Keywords:** Sales Growth, Tax Aggressiveness, Firm Value.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam. Berkat rahmat Allah, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan semoga hasil penelitian pada skripsi ini dapat meningkatkan mutu tugas akhir sarjana mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang. Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almarhum Bapak Dr. (H.C) Drs. H. Darsono, selaku pendiri Yayasan Sasmita Jaya, yang telah mewujudkan mimpi-mimpi anak bangsa dengan memelopori adanya pendidikan dengan biaya terjangkau dan berkualitas.
2. Bapak Dr. Pranoto, M.M., sebagai Ketua Yayasan Sasmita Jaya, yang telah mewujudkan mimpi-mimpi anak bangsa.
3. Bapak Dr. E. Nurzaman AM, M.M., M.Si., selaku Rektor Universitas Pamulang.
4. Bapak Dr. H. Endang Ruhiyat, S.E., M.M., CSRA, CMA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang.
5. Ibu Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA., selaku Ketua Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
6. Ibu Wiwik Hasbiyah AN, S.H.I., M.A., selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dengan sabar.
7. Bapak Adam Sugiarto, S.Pd.I., M.Pd.I., selaku dosen penguji I.
8. Bapak Ita Darsita, S.E., M.M., M.Ak., selaku dosen penguji II.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, khususnya Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

10. Kedua orang tua saya yang saya cintai Mama dan Papa yang selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan setiap langkah yang saya lalui.
11. Teman-teman *Sisterhood* (Anggun Dwi Marshanda, Dian Nur Aprida, Nabilah Putri Syahirah, dan Najmi Syafa Sakinah) yang telah menemani saya dari perkuliahan awal semester sampai sekarang.
12. Muhammad Sesar Apriyanto, seseorang yang telah menemani saya selama skripsian ini, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, dan memberikan dukungan terhadap saya.
13. Semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, Terima kasih atas dorongan, motivasi, bantuan, dan doa yang telah diberikan.
14. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Riska Aulia Putri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karna itu, saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan hasil penelitian skripsi ini. Penulis mohon maaf apabila dalam skripsi ini terdapat kekurangan, mengingat keterbatasan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Pamulang, 10 Juli 2024

Penulis,

**RISKA AULIA PUTRI**  
**NIM. 201011200494**

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                         |       |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                          | i     |
| <b>MOTTO</b> .....                                  | ii    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....                     | iii   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                      | iv    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                      | iv    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....                   | vi    |
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....                     | vii   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                | viii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                               | ix    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                         | x     |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                             | xii   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                           | xvi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                          | xvii  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                        | xviii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                      | 1     |
| 1.1 Latar Belakang .....                            | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                           | 7     |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                         | 8     |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                        | 8     |
| 1.4.1 Manfaat Ilmiah.....                           | 8     |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                         | 9     |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                | 10    |
| 2.1 Landasan Teori.....                             | 10    |
| 2.1.1 <i>Signalling Theory</i> (Teori Sinyal) ..... | 10    |
| 2.1.2 <i>Agency Theory</i> (Teori Agensi).....      | 11    |
| 2.1.3 Nilai Perusahaan .....                        | 12    |
| 2.1.4 Pertumbuhan Penjualan .....                   | 15    |
| 2.1.5 Agresivitas Pajak .....                       | 12    |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....   | 16        |
| 2.3 Kerangka Berpikir.....   | 22        |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis .....   | 23        |
| 2.4.1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....                           | 23        |
| 2.4.2 Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan .....                               | 24        |
| 2.4.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Terhadap<br>Nilai Perusahaan ..... | 24        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>26</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....  | 26        |
| 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....  | 26        |
| 3.2.1 Tempat Penelitian.....   | 26        |
| 3.2.2 Waktu Penelitian .....   | 26        |
| 3.3 Operasional Variabel Penelitian .....  | 27        |
| 3.3.1 Variabel Terikat (Dependent Variable) .....  | 28        |
| 3.3.2 Variabel Bebas (Independent Variable).....   | 28        |
| 3.3.2.1 Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ).....   | 28        |
| 3.3.2.2 Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) .....  | 29        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....  | 30        |
| 3.4.1 Populasi .....   | 30        |
| 3.4.2 Sampel .....   | 30        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....   | 31        |
| 3.5.1 Dokumentasi .....  | 32        |
| 3.5.2 Tinjauan Literatur .....   | 32        |
| 3.6 Teknik Analisa Data .....  | 33        |
| 3.6.1 Analisa Deskriptif.....  | 33        |
| 3.6.2 Analisa Metode Estimasi .....  | 33        |
| 3.6.3 Analisa Pemilihan Metode Estimasi.....   | 35        |
| 3.6.4 Analisa Prasyarat Data (Asumsi Klasik) .....   | 36        |
| 3.6.4.1 Pengujian Normalitas.....  | 36        |
| 3.6.4.2 Pengujian Multikolineritas.....  | 36        |
| 3.6.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas .....  | 36        |



|   |           |
|---|-----------|
| 3.6.4.4 Pengujian Autokorelasi.....   | 37        |
| 3.6.5 Analisa Regresi Data Panel .....  | 37        |
| 3.6.6 Analisa Hipotesis Penelitian.....   | 38        |
| 3.6.6.1 Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....  | 38        |
| 3.6.6.2 Pengujian Secara Parsial (Uji Statistik T) .....  | 38        |
| 3.6.6.3 Pengujian Secara Simultan (Uji Statistik F) .....                                       | 39        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>40</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 40        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....  | 40        |
| 4.2.1 Hasil Analisa Deskriptif .....  | 42        |
| 4.2.2 Hasil Pengujian Metode Estimasi Regresi Data Panel .....                                  | 43        |
| 4.2.2.1 Pendekatan Common Effect Model (CEM).....   | 43        |
| 4.2.2.2 Pendekatan Fixed Effect Model (FEM).....  | 44        |
| 4.2.2.3 Pendekatan Random Effect Model (REM).....   | 46        |
| 4.2.3 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel.....   | 47        |
| 4.2.3.1 Hasil Uji Chow .....  | 47        |
| 4.2.3.2 Hasil Uji Hausman.....  | 48        |
| 4.2.3.3 Hasil Uji Lagrange Multiplier .....   | 49        |
| 4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....   | 50        |
| 4.2.4.1 Hasil Pengujian Normalitas .....  | 51        |
| 4.2.4.2 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....   | 51        |
| 4.2.4.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....   | 52        |
| 4.2.4.4 Hasil Pengujian Autokorelasi .....  | 52        |
| 4.2.5 Hasil Pengujian Model Regresi Data Panel.....   | 53        |
| 4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....  | 54        |
| 4.2.6.1 Hasil Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                         | 55        |
| 4.2.6.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....                                  | 55        |
| 4.2.6.3 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....                                  | 56        |
| 4.3 Pembahasan Penelitian.....  | 57        |
| 4.3.1 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan ..... | 57        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3.2 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan .....  | 58        |
| 4.3.3 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Secara Bersama-sama (Simultan) Terhadap Nilai Perusahaan ..... | 59        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>   | <b>61</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 61        |
| 5.2 Saran .....  | 62        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....   | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>64</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>66</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Nilai Perusahaan Menggunakan Price Book Value (PBV).....         | 3  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                       | 16 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....   | 27 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....                             | 30 |
| Tabel 4.1 Hasil Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian.....                  | 41 |
| Tabel 4.2 Hasil Daftar Sampel Perusahaan.....                              | 41 |
| Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif .....                                  | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Common Effect Model (CEM).....                             | 44 |
| Tabel 4.5 Hasil Fixed Effect Model (FEM) .....                             | 45 |
| Tabel 4.6 Hasil Random Effect Model (REM) .....                            | 46 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Chow.....  | 47 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Hausman .....  | 48 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Lagrange Multiplier.....                               | 49 |
| Tabel 4.10 Hasil Kesimpulan Model .....                                    | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....                         | 52 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....                       | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Pengujian Autokorelasi.....                               | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Pengujian Data Panel.....                                 | 53 |
| Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 55 |
| Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....           | 56 |
| Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....         | 57 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan Tahun 2018-2022 ..... | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....                          | 22 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....                        | 51 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Turnitin .....  | 66 |
| Lampiran 2 Daftar Populasi Perusahaan .....                          | 67 |
| Lampiran 3 Daftar Sampel Perusahaan .....                            | 69 |
| Lampiran 4 Data Penelitian.....                                      | 69 |
| Lampiran 5 Hasil Eviews Analisis Statistik Deskriptif.....           | 71 |
| Lampiran 6 Hasil Eviews Common Effect Model (CEM).....               | 72 |
| Lampiran 7 Hasil Eviews Fixed Model Effect (FEM) .....               | 72 |
| Lampiran 8 Hasil Eviews Random Effect Model (REM).....               | 73 |
| Lampiran 9 Hasil Eviews Uji Chow .....                               | 73 |
| Lampiran 10 Hasil Eviews Uji Hausman.....                            | 74 |
| Lampiran 11 Hasil Eviews Uji Langrange Multiplier (Uji LM).....      | 74 |
| Lampiran 12 Hasil Eviews Uji Normalitas .....                        | 74 |
| Lampiran 13 Hasil Eviews Uji Multikolineritas .....                  | 74 |
| Lampiran 14 Hasil Eviews Uji Heteroskedastisitas .....               | 75 |
| Lampiran 15 Hasil Eviews Uji Autokorelasi .....                      | 75 |
| Lampiran 16 Hasil Eviews Uji Model Regresi Berganda.....             | 75 |
| Lampiran 17 Hasil Eviews Uji R <sup>2</sup> .....                    | 75 |
| Lampiran 18 Hasil Eviews Uji T (Parsial).....                        | 76 |
| Lampiran 19 Hasil Eviews Uji F (Simultan).....                       | 76 |
| Lampiran 20 Daftar Tabel F Uji Chow .....                            | 76 |
| Lampiran 21 Daftar Tabel Chi-Square Uji Chow .....                   | 77 |
| Lampiran 22 Daftar Tabel Chi-Square Uji Hausman .....                | 77 |
| Lampiran 23 Daftar Tabel Chi-Square Uji Lagrange Multiplier .....    | 77 |
| Lampiran 24 Tabel Durbin Watson Uji Autokorelasi.....                | 77 |
| Lampiran 25 Tabel Distribusi t Uji Parsial .....                     | 78 |
| Lampiran 26 Tabel Distribusi f Uji Simultan .....                    | 78 |
| Lampiran 27 Sertifikat Propesa, Seminar, TOEFL, Uji Kompetensi ..... | 78 |
| Lampiran 28 Kartu Bimbingan .....                                    | 82 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan bersaing dengan perkembangan teknologi saat ini. Akibatnya, perusahaan harus mengoptimalkan kinerja mereka untuk memenuhi tujuan dan bersaing dengan pesaing. Perusahaan diharapkan lebih kreatif dan inovatif dalam membangun ide bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Jika suatu perusahaan dapat mengoptimalkan kinerjanya untuk menghasilkan laba yang lebih besar, akan dipengaruhi oleh keuntungan perusahaan. Jika harga saham naik, investor menjadi tertarik untuk berinvestasi di perusahaan itu sendiri. Ini dapat meningkatkan nilai perusahaan (Anggraini & Agustiningsih, 2022).

Jika perusahaan ingin bersaing di era globalisasi saat ini, mereka harus mengembangkan bisnis mereka secara lebih efisien karena persaingan bisnis yang semakin meningkat. Kondisi ekonomi modern memungkinkan banyak perusahaan didirikan yang menyebabkan persaingan semakin ketat dari waktu ke waktu. Selain itu, perusahaan sibuk mencari cara untuk mencegah kebangkrutan. Perekonomian bisnis bergantung pada masalah-masalah mendasar, terutama bagi perusahaan yang sedang berkembang karena mereka perlu memperluas pasar produksi mereka untuk mencapai tingkat operasional yang efisien. Persepsi investor terhadap suatu perusahaan berdasarkan harga sahamnya adalah cara terbaik untuk mengukur nilai perusahaan (Agustin & Wahyuni, 2020)



Setiap bisnis berusaha untuk tetap mengikuti keinginan pasar dan tuntutan eksternal lainnya dalam lingkungan bisnis yang berkembang. Saat didirikan, perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Bisnis memiliki tujuan tertentu. Dengan persaingan yang semakin ketat, perusahaan berjuang untuk mendapatkan tanggapan positif dari seluruh pemegang sahamnya. Tujuan pertama untuk mendapatkan keuntungan yang paling besar, tujuan kedua untuk menghasilkan keuntungan bagi pemilik saham, dan tujuan ketiga untuk meningkatkan nilai perusahaan (Tusolihah & Hunein, 2022).

Menurut teori perusahaan, memaksimalkan nilai perusahaan adalah tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor tentang tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dapat dihitung berdasarkan harga sahamnya melalui *closing price* (Sidanti & Cornaylis, 2018).

Jika para pemegang saham memberikan manajemen kepada komisaris dan manajer yang berpengalaman, nilai perusahaan akan lebih tinggi. Nilai perusahaan dapat menarik investor baru dan menarik kepentingan pihak lain. Oleh karena itu, sebelum melakukan investasi penting untuk menentukan nilai bisnis perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020).

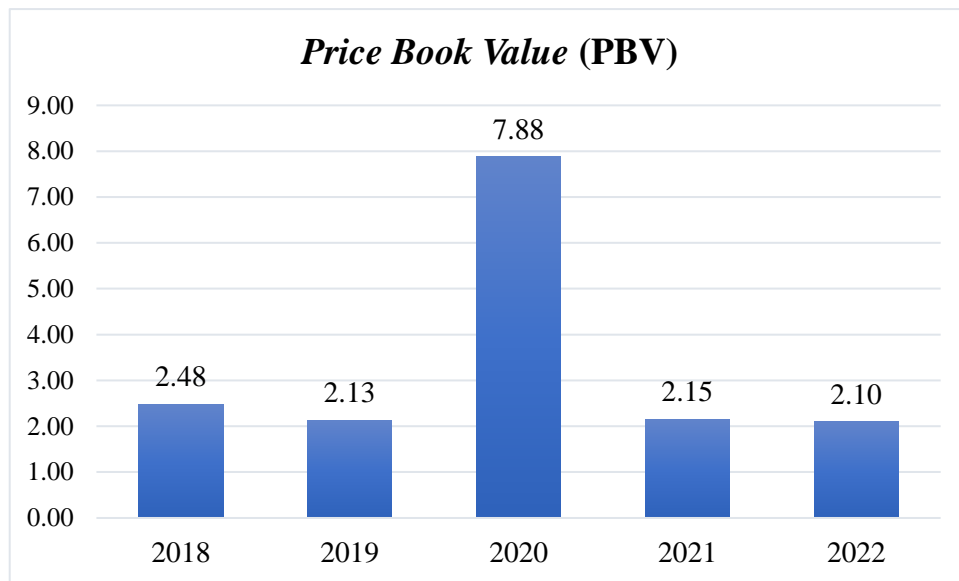
Berikut adalah tabel nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV)

**Tabel 1.1 Nilai Perusahaan Menggunakan Price Book Value (PBV)**

| Nama Perusahaan                 | <i>Price Book Value</i> |             |             |             |             |
|---------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                 | 2018                    | 2019        | 2020        | 2021        | 2022        |
| Astra Agro Lestari Tbk          | 1.17                    | 1.48        | 1.23        | 0.86        | 0.69        |
| Akasha Wira International Tbk   | 1.13                    | 1.09        | 1.23        | 2.00        | 3.17        |
| BISI International Tbk          | 2.18                    | 1.36        | 1.26        | 1.09        | 1.57        |
| Budi Starch & Sweetener Tbk     | 0.35                    | 0.36        | 0.34        | 0.58        | 0.70        |
| Campina Ice Cream Industry Tbk  | 2.30                    | 2.35        | 1.85        | 1.67        | 1.91        |
| Wilmar Cahaya Indonesia Tbk     | 0.84                    | 0.88        | 0.84        | 0.81        | 0.76        |
| Sariguna Primatirta Tbk         | 5.36                    | 7.91        | 6.71        | 5.63        | 5.62        |
| Charoen Pokphand Indonesia Tbk  | 6.11                    | 5.06        | 4.58        | 3.88        | 3.52        |
| Delta Djakarta Tbk              | 3.43                    | 4.49        | 3.45        | 2.96        | 3.06        |
| Dharma Satya Nusantara Tbk      | 1.18                    | 1.30        | 1.03        | 0.75        | 0.78        |
| Garudafood Putra Putri Jaya Tbk | 1.00                    | 0.81        | 0.65        | 6.39        | 5.78        |
| Buyung Poetra Sembada Tbk       | 7.70                    | 0.87        | 91.75       | 2.62        | 1.49        |
| Indofood Sukses Makmur Tbk      | 1.31                    | 1.28        | 0.76        | 0.64        | 0.63        |
| Japfa Comfeed Indonesia Tbk     | 2.47                    | 1.57        | 1.51        | 1.54        | 1.11        |
| PP London Sumatra Indonesia Tbk | 0.71                    | 1.19        | 1.01        | 0.79        | 0.63        |
| <b>Rata-rata</b>                | <b>2.48</b>             | <b>2.13</b> | <b>7.88</b> | <b>2.15</b> | <b>2.10</b> |

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 1.1 menunjukkan nilai perusahaan dihitung menggunakan rumus *Price Book Value* (PBV) selama pengamatan 2018–2022. Dengan ini menunjukkan bahwa di perusahaan konsumen primer subsektor makanan dan minuman mengalami peningkatan dan penurunan nilai, menunjukkan bahwa ada masalah dengan nilai perusahaan untuk perusahaan dalam subsektor ini.



**Gambar 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan Tahun 2018-2022**

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

Gambar 1.1 menunjukkan peningkatan dari tahun 2018 hingga 2022. Nilai perusahaan pada tahun 2018 adalah 2.48, menurun sebesar 2.13 pada tahun 2019, meningkat sebesar 7.88 pada tahun 2020, menurun sebesar 2.15 pada tahun 2021, dan mengalami penurunan juga sebesar 2.10 pada tahun 2022. Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak.

Faktor yang pertama yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan terjadi ketika jumlah barang atau jasa yang dijual terus meningkat dari waktu ke waktu. Maka, dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan dan menunjukkan tingkat keberhasilan investasi. Kita dapat melihat peningkatan volume penjualan untuk melihat pertumbuhan suatu perusahaan. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan dengan meningkatkan jumlah barang atau jasa yang terjual. Dengan melakukan ini, bisnis dapat mengurangi biaya operasional. Kecepatan pertumbuhan suatu perusahaan akan

memengaruhi kemampuan untuk mengidentifikasi peluang di masa depan dan mempertahankan keuntungan (Dewi & Sujana, 2019).

Faktor yang kedua merupakan agresivitas pajak. Dalam perencanaan pajak yang sah atau tidak sah, agresivitas pajak adalah upaya untuk mengurangi beban pajak melalui pengurangan laba yang dikenai pajak. Namun, pemegang saham tidak selalu menyukai strategi agresivitas pajak. Biaya yang terkait dengan agresivitas pajak, seperti perencanaan pajak, risiko hukum, dan biaya pengawasan, dapat mengurangi nilai perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020).

Industri yang memproduksi atau mengirimkan barang dan jasa yang biasanya dibeli oleh konsumen disebut sebagai industri barang konsumen primer. Disebut barang konsumen primer karena pertumbuhan ekonomi tidak dapat mempengaruhi permintaan barang dan jasa (Breliastiti, 2021).

Agustus Sani Nugroho, direktur Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD), mengatakan bahwa prospek saat ini di industri makanan masih mempertahankan situasi, tetapi perusahaan terus mengembangkan produk baru seperti makanan siap saji dalam kemasan. Tekanan pasar selama pandemi, memperkirakan pendapatan tahun ini akan menurun sekitar 19%, dibandingkan tahun sebelumnya Rp 102 miliar (industri.kontan.co.id) Senin, 21 September 2020.

Paulus Tedjosutikno, direktur Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) mengatakan dampak wabah covid-19 masih menghambat prospek bisnis pada kuartal ketiga 2020, karena bisnis tidak dapat pulih seperti sedia kala. Pada akhir tahun, Paul menyatakan bahwa GOOD telah mengembangkan berbagai pendekatan, salah satunya adalah memprioritaskan hal-hal yang berdampak

langsung pada pencapaian bisnis dan kemudian menjalankan bisnis dengan efisiensi atau menghemat biaya. Selain itu, GOOD terus menciptakan produk baru yang meningkatkan penjualan melalui jalur distribusi, pangsa pasar, dan segmen pasar baru. Meskipun GOOD telah menjalankan strategi bisnisnya, Paulus mengatakan bahwa karena dampak pandemi COVID-19 belum pulih, GOOD saat ini mengubah target kinerja tahun 2020. Kemungkinan besar koreksi tersebut belum diketahui. Keuntungan bersih perusahaan menurun 1,75 persen per tahun menjadi 2,24 triliun pada kuartal pertama tahun ini, menurut laporan keuangan terakhir perusahaan (industri.kontan.co.id) Senin, 21 September 2020.

PT Kino Indonesia Tbk (KINO) memproduksi barang konsumen dan minuman, mengalami penurunan kinerja. KINO mencatat keuntungan bersih sebesar 118,64 miliar, menurun sebesar 67,52% dari 365,29 miliar pada semester I tahun 2019, menurut laporan keuangan semester I tahun 2020. Pada semester I tahun 2020 penjualan KINO turun 1,30% dari 2,22 triliun. Perusahaan mengklaim tidak akan mencapai target pendapatan atau laba bersihnya sampai akhir tahun ini (industri.kontan.co.id) Senin, 21 September 2020.

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih Perusahaan Barang Konsumen Primer Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan industri ini dikarenakan memiliki banyak peminat karena memiliki barang konsumsi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Studi sebelumnya telah melakukan banyak penelitian telah dilakukan tentang pertumbuhan penjualan, agresivitas pajak, dan nilai perusahaan. Seperti penelitian (Fajriah et al., 2022) dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan,

Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan secara parsial positif dan signifikan, pertumbuhan perusahaan mempengaruhi secara parsial nilai perusahaan secara negatif dan tidak signifikan, dan ukuran perusahaan mempengaruhi secara parsial nilai perusahaan secara negatif dan signifikan. Selain itu, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan bisnis, dan ukuran bisnis secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan.

Studi tentang agresivitas pajak (Oktavianna, 2021) mengenai Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh, dan *Growth Opportunity* mempengaruhi nilai perusahaan dengan nilai negatif. Dalam hal variabel moderasi, *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan, tetapi *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi growth opportunity terhadap nilai perusahaan.

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul berdasarkan berbagai masalah yang telah dijelaskan **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?



2. Apakah Agresivitas Pajak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang terlampir diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah Pertumbuhan Penjualan akan mempengaruhi secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah Agresivitas Pajak akan mempengaruhi secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak akan mempengaruhi secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Ilmiah**

1. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan peneliti tentang pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi untuk memperluas pengetahuan mengenai Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak terhadap Nilai Perusahaan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan akan membantu perusahaan membuat keputusan dengan memberikan informasi dan evaluasi.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan untuk investor saat mereka memilih berinvestasi di Perusahaan Barang Konsumen Primer.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Deskripsi teori mencakup teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti, menyusun instrumen penelitian, dan membuat kesimpulan sementara tentang hipotesis. Teori adalah alur logika atau penalaran yang terdiri dari sekumpulan konsep, definisi, dan proposisi yang disusun secara sistematis. Teori biasanya memiliki tiga fungsi: menjelaskan (*explanation*), meramalkan (*prediction*), dan mengendalikan (*control*) suatu gejala (Sugiyono, 2019).

##### **2.1.1 *Signalling Theory* (Teori Sinyal)**

Teori sinyal menjelaskan bagaimana bisnis memberikan sinyal kepada pelanggan mereka saat mereka menganalisis laporan keuangan. Teori ini juga membahas bagaimana perusahaan yang baik secara sengaja memberikan sinyal kepada investor agar investor dapat membedakan antara perusahaan yang baik dan buruk. Teori sinyal menunjukkan bahwa struktur modal dapat memengaruhi nilai bisnis (Arianti, 2022).

Teori ini mengatakan bahwa perusahaan yang besar lebih cenderung menggunakan utang untuk mendanai aset mereka. Ini didasarkan pada gagasan bahwa bisnis besar dianggap mampu menanggung risiko kebangkrutan ketika tingkat utangnya tinggi. Dalam hal ini, jumlah utang yang besar menunjukkan kepada para investor bahwa bisnis tersebut memiliki kinerja yang baik dan mampu

menanggung risiko kebangkrutan. Selain itu, investor akan melihat laporan keuangan untuk mengetahui pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Ini akan menunjukkan kepada investor prospek masa depan perusahaan. Investor dapat menilai prospek perusahaan dengan mengetahui informasi ini (Arianti, 2022).

Ketika seorang investor mempercayai suatu perusahaan, nilainya akan meningkat. Tetapi ketika kepercayaan investor menurun, nilainya juga akan terpengaruh negatif. Menurut teori sinyal, informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal sangat penting karena memberikan gambaran tentang kondisi perusahaan masa lalu, saat ini, dan masa depan, informasi ini sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis. Sangat penting untuk mendapatkan informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sebagai alat analisis dalam proses pengambilan keputusan investasi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Arianti, 2022).

### **2.1.2 *Agency Theory* (Teori Agensi)**

Dalam konteks ini, teori agensi terkait erat dengan hubungan antara manajer sebagai agen dan pemilik atau pemegang saham sebagai prinsipal. Keduanya berkontrak untuk mengelola sumber daya entitas, termasuk strategi terbaik bagi prinsipal untuk menjalankan operasi dan pengambilan keputusan operasi. Jika manajer tidak bekerja untuk kepentingan pemegang saham, mereka mungkin bekerja untuk kepentingan pribadi mereka sendiri, karena fakta bahwa mereka memiliki akses langsung dan kontrol lebih besar atas informasi perusahaan daripada pemegang saham yang tidak terlibat langsung dalam aktivitas pengelolaan perusahaan (Prastiwi & Walidah, 2020).

Tiga asumsi dapat digunakan untuk menjelaskan teori agensi. Yang pertama adalah asumsi sifat manusia, orang mendahulukan kepentingan sendiri, memiliki keterbatasan dalam berpikir rasional, dan cenderung menghindari risiko. Kedua adalah asumsi keorganisasian, ada konflik tujuan antar anggota. Dan yang ketiga adalah asumsi informasi, informasi adalah barang yang dapat dibeli. Jika ketiga asumsi tersebut benar, manajemen cenderung melakukan hal-hal yang salah untuk memenuhi kepentingan pribadi mereka, seperti mengubah data laporan keuangan untuk memenuhi harapan pemegang saham, meskipun ini tidak benar-benar menunjukkan keadaan sebenarnya dari perusahaan. Konflik agensi dapat menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya tambahan yang dikenal sebagai biaya keagenan. Jika terdapat konflik kepentingan saat melakukan tindakan agresif pajak, teori agensi dalam penelitian ini dapat menunjukkan adanya asimetri informasi. Perusahaan dengan banyak aset biasanya memiliki perhatian *stakeholder* yang lebih ketat dalam mengawasinya agar konflik kepentingan dapat diminimalkan dan perusahaan tetap memiliki nilai yang baik (Devi & Supadmi, 2018).

### **2.1.3 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik jika kinerjanya juga baik. Harga saham yang tinggi menunjukkan juga nilai perusahaan yang tinggi, yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang lebih tinggi. Jika bisnis telah berhasil meningkatkan nilainya, investor cenderung lebih tertarik untuk

menanamkan sahamnya disana. Dalam penelitian ini, *Price Book Value* (PBV) dapat digunakan untuk memproyeksikan nilai perusahaan. Rasio ini menunjukkan nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan struktur bisnis yang berkembang (Dewi & Sujana, 2019).

Investor menggunakan *Price Book Value* (PBV) dalam analisis investasi karena beberapa alasan. Yang pertama adalah bahwa nilai buku relatif stabil dan merupakan cara paling mudah untuk membandingkannya bagi investor yang kurang percaya pada estimasi arus kas. Yang kedua adalah bahwa karena praktik akuntansi yang lebih umum di antara perusahaan, dapat dibandingkan satu sama lain, yang dapat menunjukkan apakah nilai perusahaan di bawah atau di atas nilainya (Suprihatin & Oliviana, 2020).

Dalam penelitian ini, *Price Book Value* (PBV) adalah ukuran nilai perusahaan. PBV adalah rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan, yang menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan nilai dalam hubungannya dengan jumlah modal yang diinvestasikan. Dengan kata lain, PBV menunjukkan seberapa jauh nilai perusahaan dapat diciptakan dalam hubungannya dengan jumlah modal yang diinvestasikan. Tingkat kemakmuran para pemegang saham berkorelasi positif dengan rasio PBV, karena tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (Suprihatin & Oliviana, 2020).

Jika para pemegang saham menyerahkan perusahaan untuk dikelola oleh orang-orang yang ahli di bidang mereka, seperti manajer dan komisaris, nilai perusahaan akan meningkat. Nilai perusahaan dapat menarik investor baru dan

kepentingan pihak lain. Oleh karena itu, penting untuk menentukan nilai bisnis perusahaan sebelum memilih investasi yang aman (Fajriah et al., 2022). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

#### **2.1.4 Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan daya saing perusahaan di pasar dan menunjukkan pencapaian perusahaan di masa lalu dan memprediksi apa yang akan dilakukan perusahaan di masa depan. Pemilik bisnis mengharapkan pertumbuhan penjualan yang positif dan peningkatan nilai. Investor sering menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai cara untuk menentukan prospek perusahaan yang mereka ingin investasikan (Arianti, 2022).

Peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dapat dianggap sebagai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan investasi selama periode tertentu dan dapat digunakan sebagai petunjuk untuk pertumbuhan yang akan datang. Bertambahnya jumlah penjualan adalah bukti pertumbuhan suatu perusahaan. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional dengan meningkatkan volume penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan permintaan dan daya saing bisnis di pasar. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan keuntungan untuk menandai peluang yang akan datang (Dewi & Sujana, 2019).

Suatu perusahaan menggunakan rasio pertumbuhan untuk menilai kemampuan mereka untuk mempertahankan posisi ekonominya dan menghasilkan

lebih banyak uang. Pertumbuhan penjualan adalah pertumbuhan atas penjualan dan merupakan indikator penting bagi perusahaan yang diterima atas pendapatan dari penjualan produk atau jasa, dan perusahaan dapat menggunakan pendapatan dari penjualan untuk meningkatkan bisnis mereka (Agustin & Wahyuni, 2020). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{penjualan } (t - 1)}{\text{Penjualan } (t - 1)}$$

#### **2.1.5 Agresivitas Pajak**

Dalam perencanaan pajak, dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak. Jika dikaitkan dengan penghindaran pajak atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak, termasuk mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun, ada perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak. Dalam agresivitas pajak, rencana untuk mengurangi pajak terutang dilakukan dengan lebih agresif (Suprihatin & Oliwianda, 2020).

Salah satu jenis transaksi agresivitas pajak adalah menggunakan utang perusahaan secara berlebihan untuk meminimalkan penghasilan kena pajak dengan mengklaim pengurangan pajak yang berlebihan untuk beban bunga dan kerugian pajak. Jenis transaksi agresif pajak yang paling umum adalah meningkatkan pengurangan pajak (melalui bunga, kerugian pajak, dan biaya R&D) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi tujuan mereka (Suprihatin & Oliwianda, 2020).



Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Effective Tax Rate* (ETR). Rumus ini digunakan paling sering dalam penelitian sebelumnya. ETR adalah presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan oleh suatu perusahaan dari seluruh pendapatan sebelum pajak. Semakin rendah ETR, semakin agresif perusahaan terhadap pajak. ETR yang lebih rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil nominalnya dibandingkan dengan penghasilan sebelum pajak (Suprihatin & Oliviana, 2020). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian   | Metode dan Variabel Penelitian   | Hasil Penelitian   | Perbedaan Penelitian   |
|----|---|--|--|--|
| 1  | <p>Ida Ayu Puspita Trisna Dewi dan I Ketut Sujana, 2019.</p> <p>Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber: E-Jurnal Akuntansi Vol.26, No.1, Januari 2019, 85-100. ISSN: 2302-8556 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana.</p> | <p>Metode: Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen: Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis</p> <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.</p> | <p>Peneliti: X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya: X<sub>1</sub>: Likuiditas X<sub>2</sub>: Pertumbuhan Penjualan X<sub>3</sub>: Risiko Bisnis Y: Nilai Perusahaan</p> |
| 2  | <p>Alifatul Laili Fajriah, Ahmad</p>  | <p>Metode: Pendekatan Kuantitatif</p>  | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan</p>  | <p>Peneliti: X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan</p>  |

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian  | Metode dan Variabel Penelitian  | Hasil Penelitian  | Perbedaan Penelitian  |
|----|--|---|---|---|
|    | <p>Idris, dan Umi Nadhiroh, 2022.</p> <p>Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber:<br/>Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis,<br/>Vol 7, No 1, Juni 2022.<br/>ISSN: 2528-2077.<br/>Universitas Islam Kadiri.</p>   | <p>Independen:<br/>Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p>               | <p>penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> | <p>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Pertumbuhan Perusahaan<br/>X<sub>3</sub>: Ukuran Perusahaan<br/>Y: Nilai Perusahaan</p>           |
| 3  | <p>Claudia Meygriza Dolontelide dan Anneke Wangkar, 2019.</p> <p>Pengaruh <i>Sales Growth</i> dan <i>Firm Size</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Sumber:<br/>Jurnal EMBA<br/>Vol.7, No.3, Juli 2019, 3039 – 3048.<br/>ISSN 2303-1174.<br/>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,<br/>Jurusan Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi.</p> | <p>Metode:<br/>Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen:<br/><i>Sales Growth</i> dan <i>Firm Size</i></p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial <i>sales growth</i> dan <i>firm size</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.</p>   | <p>Peneliti:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: <i>Sales Growth</i><br/>X<sub>2</sub>: <i>Firm Size</i><br/>Y: Nilai Perusahaan</p> |

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian  | Metode dan Variabel Penelitian   | Hasil Penelitian   | Perbedaan Penelitian  |
|----|--|--|--|---|
| 4  | <p>Agustina Khoeriyah, 2020</p> <p>Pengaruh <i>Size, Leverage, Sales Growth</i> Dan <i>IOS</i> Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber: Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, Vol. 13, No. 1, April 2020. e-ISSN: 2622-1950. Universitas Mercu Buana.</p>   | <p>Metode: Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen: <i>Size, Leverage, Sales Growth</i> dan <i>IOS</i></p> <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>            | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta <i>sales growth</i> dan <i>ios</i> mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>                       | <p>Peneliti: X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya: X<sub>1</sub>: <i>Size</i> X<sub>2</sub>: <i>Leverage</i> X<sub>3</sub>: <i>Sales Growth</i> X<sub>4</sub>: <i>IOS</i> Y: Nilai Perusahaan</p> |
| 5  | <p>Siti Nur Elisa dan Lailatul Amanah, 2021.</p> <p>Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber: Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 10, No. 7, Juli 2021, 1-20. e-ISSN: 2460-0585. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.</p> | <p>Metode: Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen: Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan</p> <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Variabel return on equity, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel <i>current ratio</i>, <i>debt to equity ratio</i>, dan <i>total aset turnover</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> | <p>Peneliti: X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya: X<sub>1</sub>: Kinerja Keuangan X<sub>2</sub>: Ukuran Perusahaan X<sub>3</sub>: Pertumbuhan Penjualan Y: Nilai Perusahaan</p>                  |
| 6  | <p>Anggun Putri Romadhina dan Revan Andhitiyara, 2021.</p> <p>Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan</p>  | <p>Metode: Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen: Perencanaan Pajak, Pertumbuhan</p>  | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan</p>   | <p>Peneliti: X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak Y: Nilai Perusahaan</p>  |

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian  | Metode dan Variabel Penelitian   | Hasil Penelitian  | Perbedaan Penelitian  |
|----|--|--|---|---|
|    | <p>Penjualan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber:<br/><i>Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research</i>, Vol.5, No.2, Mei 2021. e-ISSN: 2598-8719.<br/>Universitas Pamulang, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta</p>   | <p>Penjualan, dan Kebijakan Dividen</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p>  | <p>kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>   | <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: Perencanaan Pajak<br/>X<sub>2</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>3</sub>: Kebijakan Dividen<br/>Y: Nilai Perusahaan</p>  |
| 7  | <p>Dewi Prastiwi dan Alifiah Nurul Walidah, 2020.</p> <p>Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional</p> <p>Sumber:<br/>Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 23 No. 2, Oktober 2020, 203–224. E-ISSN: 2528-0147.<br/>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya</p> | <p>Metode:<br/>Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen:<br/>Agresivitas pajak</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p> <p>Moderasi:<br/>Transparansi dan kepemilikan institusional</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak dapat menurunkan nilai perusahaan, transparansi mampu memperlemah pengaruh agresivitas pajak terhadap penurunan nilai perusahaan, kepemilikan institusional tidak mampu memperlemah pengaruh agresivitas pajak terhadap penurunan nilai perusahaan.</p> | <p>Peneliti:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan<br/>Z: Transparansi dan kepemilikan institusional</p> |
| 8  | <p>Neneng Sri Suprihatin dan Debby Cintya Oliviana, 2020.</p> <p>Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan</p>  | <p>Metode:<br/>Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen:<br/>Agresivitas pajak</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p>   | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan transparansi informasi dapat</p>   | <p>Peneliti:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:</p>  |

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian   | Metode dan Variabel Penelitian   | Hasil Penelitian   | Perbedaan Penelitian  |
|----|---|--|--|---|
|    | <p>Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Sumber:<br/>Akuntansi Dewantara, Vol. 4, No. 1, April 2020, 1-13.<br/>e-ISSN: 2549-9637.<br/>Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.</p>  | Moderasi:<br>Transparansi Informasi  | memperkuat pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.   | X <sub>1</sub> : Agresivitas Pajak<br>Y: Nilai Perusahaan<br>Z: Transparansi Informasi  |
| 9  | <p>Nurdilla Tusolihah, Hamida Hunein, 2022.</p> <p>Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal Dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber:<br/><i>Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business</i>, Vol. 5, No. 2, April 2022, 262-270.<br/>e-ISSN 2621-3389.<br/>Universitas Pamulang.</p> | <p>Metode:<br/>Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen:<br/>Pertumbuhan Perusahaan<br/>Struktur Modal<br/>Agresivitas Pajak</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan agresivitas pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Uji parsial pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal dan agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. | <p>Peneliti:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Perusahaan<br/>X<sub>2</sub>: Struktur Modal<br/>X<sub>3</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> |
| 10 | <p>Baiq Fitri Arianti, 2022.</p> <p>Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>Sumber:</p>   | <p>Metode:<br/>Pendekatan Kuantitatif</p> <p>Independen:<br/>Pertumbuhan Penjualan dan Keputusan Investasi</p> <p>Dependen:<br/>Nilai Perusahaan</p>                   | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara bersama-sama (simultan) struktur modal, pertumbuhan penjualan dan keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) struktur modal berpengaruh negatif  | <p>Peneliti:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan<br/>X<sub>2</sub>: Agresivitas Pajak<br/>Y: Nilai Perusahaan</p> <p>Peneliti sebelumnya:<br/>X<sub>1</sub>: Pertumbuhan Penjualan</p>   |

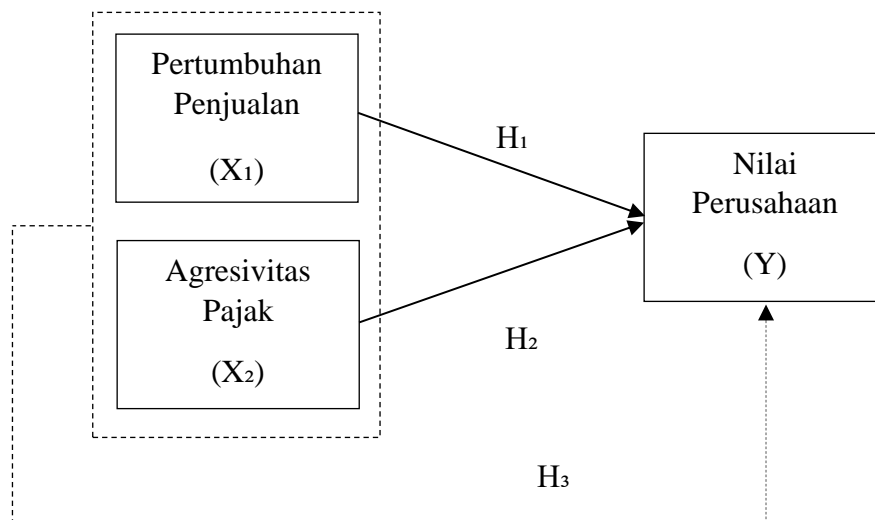
| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian   | Metode dan Variabel Penelitian  | Hasil Penelitian   | Perbedaan Penelitian   |
|----|---|---|--|--|
|    | Gorontalo<br><i>Accounting Journal</i><br>Vol. 5, No. 1,<br>April 2022, 1-10.<br>E-ISSN: 2614-2066.<br>Universitas Pamulang.  |   | dan signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan (4) keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.  | X <sub>2</sub> : Keputusan Investasi<br>Y: Nilai Perusahaan  |
| 11 | Rakhmawati Oktavianna, 2021.<br><br>Pengaruh Agresivitas Pajak dan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Moderasi<br><br>Sumber: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis, Vol. 14, No. 2, November 2021, 241-250. e-ISSN: 2476-9460. Universitas Pamulang, Departemen Akuntansi. | Metode: Pendekatan Kuantitatif<br><br>Independen: Agresivitas Pajak dan <i>Growth Opportunity</i><br><br>Dependen: Nilai Perusahaan<br><br>Moderasi: <i>Corporate Social Responsibility</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan <i>growth opportunity</i> mempengaruhi nilai perusahaan dengan nilai negatif. Untuk variabel moderasi, menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak dapat memoderasi pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan namun <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memoderasi <i>growth opportunity</i> terhadap nilai perusahaan. | Peneliti: X <sub>1</sub> : Pertumbuhan Penjualan<br>X <sub>2</sub> : Agresivitas Pajak<br>Y: Nilai Perusahaan<br><br>Peneliti sebelumnya: X <sub>1</sub> : Agresivitas Pajak<br>X <sub>2</sub> : <i>Growth Opportunity</i><br>Y: Nilai Perusahaan<br>Z: <i>Corporate Social Responsibility</i> |
| 12 | Listya Sugiyarti & Putri Ramadhani, 2019.<br><br>Agresivitas Pajak, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Pengukuran Nilai Perusahaan<br><br>Sumber: Jurnal Akuntansi Trisakti,  | Metode: Pendekatan Kuantitatif<br><br>Independen: Agresivitas Pajak, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen<br><br>Dependen: Nilai Perusahaan  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.   | Peneliti: X <sub>1</sub> : Pertumbuhan Penjualan<br>X <sub>2</sub> : Agresivitas Pajak<br>Y: Nilai Perusahaan<br><br>Peneliti sebelumnya: X <sub>1</sub> : Agresivitas Pajak<br>X <sub>2</sub> : Keputusan Pendanaan<br>X <sub>3</sub> : Kebijakan Dividen                                     |

| No | Nama, Judul, dan Tahun Penelitian  | Metode dan Variabel Penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan Penelitian |
|----|--|--------------------------------|------------------|----------------------|
|    | Vol.6, No.2, September 2019, 233-244.<br>ISSN: 2339-0832.<br>Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang. |                                |                  | Y: Nilai Perusahaan  |

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menunjukkan bagaimana teori berkaitan dengan berbagai elemen yang telah ditentukan sebagai masalah penting (Sugiyono, 2019).



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

Keterangan:

———— : Parsial

----- : Simultan

## **2.4 Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pernyataan. Sementara itu, jawaban yang baru diberikan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, tetapi didasarkan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2019).

### **2.4.1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dapat dianggap sebagai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan investasi selama periode tertentu dan dapat digunakan sebagai petunjuk untuk pertumbuhan yang akan datang (Dewi & Sujana, 2019). Bertambahnya jumlah penjualan adalah bukti pertumbuhan suatu perusahaan. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional dengan meningkatkan volume penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan permintaan dan daya saing bisnis di pasar. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan keuntungan untuk menandai peluang yang akan datang.

Hasil penelitian (Romadhina & Andhitiyara, 2021) yang menjelaskan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.



#### **2.4.2. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan**

Dalam perencanaan pajak, dapat disimpulkan bahwa agresivitas pajak merupakan bagian dari manajemen pajak. Jika dikaitkan dengan penghindaran pajak atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak, termasuk mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun, ada perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak. Dalam agresivitas pajak, rencana untuk mengurangi pajak terutang dilakukan dengan lebih agresif (Suprihatin & Oliwianda, 2020).

Hasil penelitian (Sugiyarti & Ramadhani, 2019) yang menjelaskan bahwa secara parsial menunjukkan Agresivitas Pajak berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: H2: Diduga variabel agresivitas pajak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

#### **2.4.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan**

Peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dapat dianggap sebagai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan investasi selama periode tertentu dan dapat digunakan sebagai petunjuk untuk pertumbuhan yang akan datang. Bertambahnya jumlah penjualan adalah bukti pertumbuhan suatu perusahaan (Dewi & Sujana, 2019).

Jika dikaitkan dengan penghindaran pajak atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak, termasuk

mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun, ada perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak. Dalam agresivitas pajak, rencana untuk mengurangi pajak terutang dilakukan dengan lebih agresif (Suprihatin & Oliwianda, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina & Andhitiyara, 2021), menjelaskan bahwa secara simultan perencanaan pajak dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Diduga variabel pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan sumber data yang diambil berasal dari data sekunder. Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Berdasarkan filsafat positivisme, metode ini dianggap sebagai metode ilmiah, karena telah memenuhi prinsip-prinsip ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Karena data penelitian berupa angka, metode ini juga disebut sebagai metode kuantitatif (Sugiyono, 2019).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dijadikan subjek pada penelitian ini selama periode pengamatan dari tahun 2018-2022.

##### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan selama proses penelitian ini dimulai dari proses pengajuan rencana penelitian hingga selesai dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

| No | Kegiatan           | Bulan |     |     |     |     |      |      |     |
|----|--------------------|-------|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|
|    |                    | Jan   | Feb | Mar | Apr | Mei | Juni | Juli | Ags |
| 1  | Bimbingan          |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 2  | Penyusunan Data    |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 3  | Penyusunan Bab I   |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 4  | Penyusunan Bab II  |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 5  | Penyusunan Bab III |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 6  | Pengujian Data     |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 7  | Pengolahan Data    |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 8  | Penyusunan Bab IV  |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 9  | Penyusunan Bab V   |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 10 | Sidang Skripsi     |       |     |     |     |     |      |      |     |
| 11 | Wisuda             |       |     |     |     |     |      |      |     |

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

### 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperiksa untuk mengumpulkan informasi dan kemudian membuat kesimpulan (Sugiyono, 2019). Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebagai variabel bebas pertama, dan variabel Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas kedua, sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel Nilai Perusahaan ( $Y$ ) sebagai variabel terikatnya.

### 3.3.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini menggunakan satu variabel terikat yaitu variabel Nilai Perusahaan (Y).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik jika kinerjanya juga baik. Harga saham yang tinggi menunjukkan juga nilai perusahaan yang tinggi, yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang lebih tinggi. Jika bisnis telah berhasil meningkatkan nilainya, investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya disana. Dalam penelitian ini, *Price Book Value* (PBV) dapat digunakan untuk memproyeksikan nilai perusahaan (Dewi & Sujana, 2019).

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

### 3.3.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu variabel Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebagai variabel bebas pertama, dan variabel Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas kedua.

#### 3.3.2.1 Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ )

Peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu dapat dianggap sebagai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan investasi selama periode tertentu dan dapat digunakan sebagai petunjuk untuk pertumbuhan yang akan datang (Dewi & Sujana, 2019).

Bertambahnya jumlah penjualan adalah bukti pertumbuhan suatu perusahaan. Bisnis dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional dengan meningkatkan volume penjualan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan permintaan dan daya saing bisnis di pasar.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{penjualan } (t - 1)}{\text{Penjualan } (t - 1)}$$

### 3.3.2.2 Agresivitas Pajak (X<sub>2</sub>)

Jika dikaitkan dengan penghindaran pajak atau penggelapan pajak, perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak, termasuk mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun, ada perbedaan antara penghindaran pajak dan agresivitas pajak. Dalam agresivitas pajak, rencana untuk mengurangi pajak terutang dilakukan dengan lebih agresif (Suprihatin & Oliwianda, 2020).

Dalam penelitian ini, menggunakan rumus *Effective Tax Rates* (ETR). Rumus ini digunakan paling sering dalam penelitian sebelumnya. ETR adalah presentase total beban pajak penghasilan yang dibayarkan oleh suatu perusahaan dari seluruh pendapatan sebelum pajak. Semakin rendah ETR, semakin agresif perusahaan terhadap pajak. ETR yang lebih rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil nominalnya dibandingkan dengan penghasilan sebelum pajak (Suprihatin & Oliwianda, 2020).

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

**Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian**

| No | Variabel                                | Definisi Variabel   | Skala Pengukuran  | Skala |
|----|---|---|---|-------|
| 1  | Nilai Perusahaan (Y)                    | Persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham.                          | PBV<br>$= \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$         | Rasio |
| 2  | Pertumbuhan Penjualan (X <sub>1</sub> ) | Peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu                               | PP<br>$= \frac{\text{Penjualan } t - \text{penjualan } (t - 1)}{\text{Penjualan } (t - 1)}$ | Rasio |
| 3  | Agresivitas Pajak (X <sub>2</sub> )     | Termasuk mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. | ETR<br>$= \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$           | Rasio |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang diteliti dalam penelitian ini mencakup semua perusahaan sektor barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2022.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penentuan sampel berdasarkan

pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Berikut adalah kriteria dan syarat untuk memilih sampel dalam penelitian ini:

1. Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2022.
2. Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan lengkap di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
3. Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tidak mengalami kerugian.
4. Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang akan digunakan sebagai bukti pendukung dalam laporan penelitian mereka. Teknik pengumpulan data menjelaskan secara rinci proses pengumpulan data, mengungkapkan metode yang digunakan, dan menunjukkan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi (data yang sudah terekam), dan tinjauan literatur.



### **3.5.1 Dokumentasi**

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk menelusuri dan menemukan informasi dari subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2018 hingga tahun 2022, maka sumber informasi yang didapatkan berasal dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) terkait informasi setiap perusahaan atau laporan keuangan yang dikeluarkan selama perusahaan-perusahaan tersebut terdaftar, sumber informasi lain juga bisa didapatkan dari website masing-masing perusahaan yang telah dijadikan sampel dalam penelitian ini, dan atau pun sumber informasi lain yang terkait dengan subjek penelitian seperti informasi-informasi mengenai laporan keuangan perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan dari tahun 2018 hingga tahun 2022.

### **3.5.2 Tinjauan Literatur**

Teknik pengumpulan data dengan metode tinjauan literatur pada penelitian ini berdasarkan dari teori-teori yang terkait dengan variabel atau parameter pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, bisa juga terkait dengan data penelitian, ataupun terkait dengan keilmuan yang berhubungan dengan subjek penelitian. Teori-teori tersebut bisa berasal dari buku, hasil penelitian orang lain yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan, hasil dari sumber-sumber akademis, dan juga dari media-media lain yang mendukung.

### **3.6 Teknik Analisa Data**

Setelah mengumpulkan data dari semua responden atau sumber data lainnya, proses tersebut disebut analisis data. Analisis ini meliputi mengelompokkan data berdasarkan jenis dan variabel responden, membuat tabulasi berdasarkan variabel dari seluruh responden, menampilkan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019).

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan statistik, yaitu dengan menggunakan *Eviews 12*. Sebelum data dianalisis menggunakan *Eviews 12*, peneliti mengumpulkan data awal dari laporan keuangan menggunakan *Microsoft Excel 2021*.

Analisa data adalah langkah berikutnya dalam metodologi penelitian ini. Analisa data dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu analisis deskriptif, analisis metode estimasi, analisis pemilihan metode estimasi, analisis persyaratan data, model penelitian, dan analisis hipotesis.

#### **3.6.1 Analisa Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam analisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019).

#### **3.6.2 Analisa Metode Estimasi**

Data panel merupakan kombinasi dari data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Dalam regresi dengan statistik data panel, ada tiga model

persamaan: *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *random effect model* (Basuki, 2021).

#### **3.6.2.1 Metode Estimasi *Common Effect Model* (CEM)**

*Common Effect Model* (CEM) adalah model pendekatan data panel yang paling sederhana, karena hanya menggabungkan data *time series* dan *cross section*. Model ini tidak memperhitungkan dimensi individu maupun waktu, sehingga diasumsikan bahwa data perilaku perusahaan sama selama periode waktu yang berbeda. Metode ini dapat mengestimasi model data panel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil atau pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) (Basuki, 2021).

#### **3.6.2.2 Metode Estimasi *Fixed Effect Model* (FEM)**

Teknik variabel dummy dapat digunakan untuk mengestimasi model data panel *Fixed Effect* untuk mengidentifikasi perbedaan antar perusahaan yang ada di antara perusahaan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan dalam budaya kerja, cara manajemen, dan intersep. Teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV) adalah istilah lain untuk model estimasi ini (Basuki, 2021).

#### **3.6.2.3 Metode Estimasi *Random Effect Model* (REM)**

Model ini akan mengestimasi data panel yang memiliki variabel gangguan yang mungkin saling berhubungan antar individu maupun dalam waktu. Pada model *Random Effect*, *error terms* setiap perusahaan mengakomodasi perbedaan intersep. Keuntungan dari penerapan *Random Effect Model* adalah menghapus heteroskedastisitas. Model ini juga dikenal sebagai *Error Component Model* (ECM) dan teknik *Generalized Least Square* (GLS) (Basuki, 2021).

### 3.6.3 Analisa Pemilihan Metode Estimasi

Metode estimasi data panel statis harus melalui tiga pendekatan pengujian pemilihan model Uji *Chow* (*Chow Test*), Uji *Hausman* (*Hausman Test*), dan Uji *Lagrange Multiplier* (*Lagrange Multiplier Test*) (Basuki, 2021).

#### 3.6.3.1 Uji *Chow*

Uji *Chow* adalah uji yang dimaksudkan untuk menentukan *Fixed Effect Model* atau *random effect model* yang paling cocok untuk mengestimasi data panel (Basuki, 2021). Hipotesis dalam uji *chow* adalah:

$H_0$  : *Common Effect Model*

$H_1$  : *Fixed Effect Model*

#### 3.6.3.2 Uji *Hausman*

*Hausman test* bertujuan untuk menentukan model *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling cocok untuk mengestimasi data panel (Basuki, 2021). Hipotesis dalam uji *hausman* adalah:

$H_0$  : *Random Effect Model*

$H_1$  : *Fixed Effect Model*

#### 3.6.3.3 Uji *Lagrange Multiplier*

Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk menentukan apakah *Random Effect Model* lebih baik daripada metode *Common Effect Model* (Basuki, 2021).

Hipotesis dalam uji *hausman* adalah:

$H_0$  : *Common Effect Model*

$H_1$  : *Random Effect Model*

### **3.6.4 Analisa Prasyarat Data (Asumsi Klasik)**

Uji asumsi klasik untuk regresi linier dengan pendekatan *Ordinary Least Squared* (OLS) meliputi uji normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Namun, uji asumsi klasik digunakan untuk model regresi linier pemilihan berdasarkan hasil uji pemilihan model (Basuki, 2021).

#### **3.6.4.1 Pengujian Normalitas**

Pada dasarnya, syarat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*) tidak termasuk dalam uji normalitas, dan ada beberapa pendapat yang berpendapat bahwa syarat ini tidak harus dipenuhi. Uji *Jarque-Berra* digunakan untuk menentukan apakah distribusi data normal atau tidak (Basuki, 2021).

#### **3.6.4.2 Pengujian Multikolinieritas**

Hasil model pengujian kedua dalam pengujian asumsi klasik adalah uji *Multikolinieritas*. Adanya hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi yang dikenal dengan *multikolinieritas*. Peneliti menggunakan teknik parsial antar variabel independen untuk menentukan apakah terdapat multikolinieritas pada model. Menurut *Rule Of Thumb*, metode ini jika koefisien korelasi cukup tinggi di atas 0,85 maka ada kemungkinan bahwa ada unsur *multikolinieritas* dalam model. Sebaliknya, jika koefisien korelasi relatif rendah, maka ada kemungkinan bahwa tidak ada unsur *multikolinieritas* dalam model (Basuki, 2021).

#### **3.6.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas**

Dalam regresi, *heteroskedastisitas* adalah masalah dimana faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama atau tidak konstan. Hal ini akan menyebabkan beberapa masalah, seperti penaksir OLS yang bias dan varian

koefisien OLS yang salah (Basuki, 2021). Studi ini akan menentukan apakah ada *heteroskedastisitas* dalam model regresi dengan menggunakan teknik dengan uji *white*.

#### 3.6.4.4 Pengujian Autokorelasi

*Autokorelasi* menunjukkan bahwa ada korelasi antara anggota serangkaian observasi. Dalam kasus ini, model menjadi tidak efisien karena parameter yang diestimasi menjadi bias dan variasinya tidak lagi minimal (Basuki, 2021). *Durbin Watson Statistic Test* digunakan untuk mengidentifikasi gejala *autokorelasi*.

#### 3.6.5 Analisa Model Regresi Data Panel

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana nilai variabel dependen berubah ketika nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan (Sugiyono, 2019). Analisis model penelitian regresi data panel pada penelitian ini melibatkan Variabel Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebagai variabel bebas pertama, Variabel Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas kedua, dan Variabel Nilai Perusahaan ( $Y$ ) sebagai variabel terikatnya.

Pada regresi data panel dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus terpenuhi seperti: (1) *normalitas*, (2) *multikolinieritas*, (3) *heteroskedastisitas*, dan (4) *autokorelasi*. Rumus model regresi linier berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

- $a$  = Konstanta  
 $b_1 b_2$  = Koefisien Regresi  
 $X_1$  = Pertumbuhan Penjualan  
 $X_2$  = Agresivitas Pajak  
 $\varepsilon$  = Error

### **3.6.6 Analisa Hipotesis Penelitian**

Tahapan terakhir dalam teknik analisa data penelitian ini dengan melakukan analisa hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Sementara itu, jawaban baru yang diberikan tidak didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, tetapi didasarkan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2019).

#### **3.6.6.1 Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Fajriah et al., 2022). Koefisien determinasi berkisar antara satu (1) dan nol (0). Bagian ini memberikan penjelasan singkat dan menyeluruh tentang teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis, menjawab pertanyaan penelitian, atau mencapai tujuan penelitian.

#### **3.6.6.2 Pengujian Secara Parsial (Uji Statistik $t$ )**

Pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat serta tingkat kesalahan atau probabilitas yang diinginkan sebesar 5% diukur melalui uji  $t$ . Jika nilai signifikan  $t$  lebih dari 0,05,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, menunjukkan bahwa variabel  $X$  tidak signifikan secara parsial. Jika nilai signifikan  $t$  kurang dari

0,05,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, menunjukkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Fajriah et al., 2022).

#### **3.6.6.3 Pengujian Secara Simultan (Uji Statistik F)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel terikat, serta tingkat kesalahan yang diinginkan atau probabilitas sebesar 5% (Fajriah et al., 2022). Jika nilai signifikan F lebih dari 0,05,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, menunjukkan bahwa variabel X tidak mempengaruhi variabel Y secara signifikan. Sebaliknya jika nilai signifikan F kurang dari 0,05,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y secara signifikan.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Gambaran umum dan objek penelitian ini adalah perusahaan barang konsumen primer dalam subsektor makanan dan minuman. Perusahaan ini memiliki laporan keuangan lengkap dan akurat yang tersedia di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), situs Bursa Efek Indonesia. Studi ini menyelidiki 84 perusahaan barang konsumen primer dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018 hingga 2022. Sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih dengan kriteria tertentu.

#### **4.2 Hasil Penelitian**

Berdasarkan subbab sebelumnya, objek penelitian ini adalah perusahaan konsumen primer subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018–2022. 84 perusahaan termasuk dalam populasi penelitian ini.

Tidak semua perusahaan mempunyai laporan keuangan yang lengkap untuk tahun pengamatan 2018–2022. Peneliti memutuskan untuk mengambil sampel berdasarkan kriteria. Tabel berikut berisi kriteria pengambilan serta jumlah sampel perusahaan yang diteliti oleh peneliti:

**Tabel 4.1 Hasil Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian**

| No   | Kriteria  | Pelanggaran | Jumlah Sampel |
|--|---|-------------|---------------|
| 1  | Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2022                                |             | 84            |
| 2  | Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan lengkap di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022                   | (54)        | 30            |
| 3  | Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tidak mengalami kerugian                               | (13)        | 17            |
| 4  | Perusahaan sektor industri barang konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya | (1)         | 16            |
| <b>Jumlah perusahaan sampel</b>                          |   |             | 16            |
| <b>Jumlah perusahaan outlier</b>                         |   |             | (3)           |
| <b>Total sampel perusahaan selama periode penelitian</b> |   |             | 13            |
| <b>Jumlah tahun pengamatan 2018-2022</b>                 |   |             | 5             |
| <b>Jumlah data setelah outlier</b>                       |   |             | 65            |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil kriteria pemilihan sampel penelitian maka diperoleh perusahaan dari subsektor konsumen primer makanan dan minuman yang memenuhi kriteria. Perusahaan-perusahaan ini terdaftar sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Hasil Daftar Sampel Perusahaan**

| No | Nama Perusahaan                 | Kode Emiten |
|----|---------------------------------|-------------|
| 1  | Akasha Wira International Tbk.  | ADES        |
| 2  | BISI International Tbk.         | BISI        |
| 3  | Budi Starch & Sweetener Tbk.    | BUDI        |
| 4  | Campina Ice Cream Industry Tbk. | CAMP        |
| 5  | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.    | CEKA        |
| 6  | Sariguna Primatirta Tbk.        | CLEO        |
| 7  | Charoen Pokphand Indonesia Tbk  | CPIN        |
| 8  | Delta Djakarta Tbk.             | DLTA        |

| No | Nama Perusahaan                 | Kode Emiten |
|----|---------------------------------|-------------|
| 9  | Dharma Satya Nusantara Tbk.     | DSNG        |
| 10 | Garudafood Putra Putri Jaya Tbk | GOOD        |
| 11 | Indofood Sukses Makmur Tbk.     | INDF        |
| 12 | Japfa Comfeed Indonesia Tbk.    | JPFA        |
| 13 | PP London Sumatra Indonesia Tbk | LSIP        |

**Sumber:** Data diolah oleh peneliti, 2024.

#### 4.2.1 Hasil Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif meliputi *mean*, *maximum*, minimum, dan standar deviasi. Disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif**

| Date: 05/01/24<br>Time: 18:02<br>Sample: 2018 2022 |           |           |           |
|--|-----------|-----------|-----------|
|  | NP        | PP        | AP        |
| Mean   | 0.475306  | 0.078719  | 0.233796  |
| Median   | 0.535190  | 0.080252  | 0.228829  |
| Maximum  | 0.996734  | 0.474684  | 0.363891  |
| Minimum  | 0.004425  | -0.339485 | 0.032015  |
| Std. Dev.  | 0.291147  | 0.161369  | 0.045264  |
| Skewness   | -0.159627 | -0.077087 | -0.603624 |
| Kurtosis   | 1.614395  | 3.109533  | 8.520127  |
| Jarque-Bera  | 5.475777  | 0.096869  | 86.47506  |
| Probability  | 0.064707  | 0.952720  | 0.000000  |
| Sum  | 30.89487  | 5.116703  | 15.19677  |
| Sum Sq. Dev.                                       | 5.425074  | 1.666550  | 0.131127  |
| Observations                                       | 65        | 65        | 65        |

**Sumber:** *Views* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.3 didapatkan hasilnya sebagai berikut:

1. Nilai Perusahaan (Y) memiliki *mean* 0.475306, *maximum* 0.996734, minimum 0.004425, dan standar deviasi 0.291147. Pada penelitian ini perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tertinggi yaitu PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) pada tahun 2018 sebesar 0.996734, dan perusahaan yang memiliki

nilai perusahaan terendah yaitu PT Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP) pada tahun 2020 sebesar 0.004425.

2. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ), memiliki *mean* 0.078719, *maximum* 0.4746844, minimum -0.339485, dan standar deviasi 0.161369. Pada penelitian ini perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan penjualan tertinggi yaitu PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) pada tahun 2021 sebesar 0.4746844, dan perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan penjualan terendah yaitu PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) pada tahun 2020 sebesar -0.339485.
3. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) memiliki *mean* 0.233796, *maximum* 0.363891, minimum 0.032015, dan standar deviasi 0.045264. Pada penelitian ini perusahaan yang memiliki nilai agresivitas pajak tertinggi yaitu PT Dharma Satya Nusantara Tbk (DSNG) pada tahun 2019 sebesar 0.363891, dan perusahaan yang memiliki nilai agresivitas pajak terendah yaitu PT Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) pada tahun 2020 sebesar 0.032015.

#### **4.2.2 Hasil Pengujian Metode Estimasi Regresi Data Panel**

Panel data terdiri tiga model yaitu, *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model* (Basuki, 2021).

##### **4.2.2.1 Pendekatan *Common Effect Model* (CEM)**

Tabel berikut menunjukkan hasil *Common Effect Model* (CEM) untuk penelitian ini:

**Tabel 4.4 Hasil *Common Effect Model* (CEM)**

| Variable              | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.     |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|-----------|
| C                     | 0.744815    | 0.187904           | 3.963813    | 0.0002    |
| PP                    | 0.337778    | 0.220585           | 1.531283    | 0.1308    |
| AP                    | -1.266483   | 0.786393           | -1.610495   | 0.1124    |
| Root MSE              | 0.278108    | R-squared          |             | 0.073308  |
| Mean dependent var    | 0.475306    | Adjusted R-squared |             | 0.043414  |
| S.D. dependent var    | 0.291147    | S.E. of regression |             | 0.284757  |
| Akaike info criterion | 0.370695    | Sum squared resid  |             | 5.027375  |
| Schwarz criterion     | 0.471052    | Log likelihood     |             | -9.047601 |
| Hannan-Quinn criter.  | 0.410292    | F-statistic        |             | 2.452307  |
| Durbin-Watson stat    | 0.625534    | Prob(F-statistic)  |             | 0.094407  |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.4, didapatkan hasil *Coefficient Constanta* (C) sebesar 0.744815, *Coefficient* Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebesar 0.337778, dan *Coefficient* Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebesar -1.266483, dengan penjelasan *t-statistic* (t-hitung), probabilitas *t-statistic* (t-hitung), *F-statistic* (F-hitung), *R-squared* dan *Adjusted R-squared* dijelaskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) dengan *t-statistic* 1.531283.
2. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *t-statistic* -1.610495.
3. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) dengan *probability t-statistic* 0.1308.
4. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *probability t-statistic* 0.1124.
5. *F-statistic* 2.452307.
6. *Probability F-statistic* 0.094407.
7. *R-squared* 0.073308.
8. *Adjusted R-Squared* 0.043414.

#### **4.2.2.2 Pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM)**

Tabel berikut menunjukkan hasil *Fixed Effect Model* (FEM) untuk penelitian ini:

**Tabel 4.5 Hasil *Fixed Effect Model* (FEM)**

| Variable                              | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.  |
|---------------------------------------|-------------|--------------------|-------------|--------|
| C                                     | 0.774201    | 0.163687           | 4.729764    | 0.0000 |
| PP                                    | 0.242135    | 0.157105           | 1.541230    | 0.1296 |
| AP                                    | -1.359969   | 0.685437           | -1.984089   | 0.0527 |
| Effects Specification                 |             |                    |             |        |
| Cross-section fixed (dummy variables) |             |                    |             |        |
| Root MSE                              | 0.167803    | R-squared          | 0.662629    |        |
| Mean dependent var                    | 0.475306    | Adjusted R-squared | 0.568165    |        |
| S.D. dependent var                    | 0.291147    | S.E. of regression | 0.191325    |        |
| Akaike info criterion                 | -0.270512   | Sum squared resid  | 1.830264    |        |
| Schwarz criterion                     | 0.231270    | Log likelihood     | 23.79163    |        |
| Hannan-Quinn criter.                  | -0.072527   | F-statistic        | 7.014620    |        |
| Durbin-Watson stat                    | 1.697941    | Prob(F-statistic)  | 0.000000    |        |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.5, didapatkan hasil *Coefficient Constanta* (C) sebesar 0.774201, *Coefficient* Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebesar 0.242135, dan *Coefficient* Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebesar -1.359969, dengan penjelasan *t-statistic* (t-hitung), probabilitas *t-statistic* (t-hitung), *F-statistic* (F-hitung), *R-squared* dan *Adjusted R-squared* dijelaskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan ( $X_1$ ) dengan *t-statistic* 1.541230.
2. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *t-statistic* -1.984089.
3. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) dengan *probability t-statistic* 0.1296.
4. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *probability t-statistic* 0.0527.
5. *F-statistic* 7.014620.
6. *Probability F-statistic* 0.000000.
7. *R-squared* 0.662629.
8. *Adjusted R-Squared* 0.568165.

#### 4.2.2.3 Pendekatan *Random Effect Model* (REM)

Tabel berikut menunjukkan hasil *Random Effect Model* (REM) untuk penelitian ini:

**Tabel 4.6 Hasil *Random Effect Model* (REM)**

| Variable              | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.           |
|-----------------------|-------------|--------------------|-------------|-----------------|
| C                     | 0.767952    | 0.169888           | 4.520336    | 0.0000          |
| PP                    | 0.255196    | 0.155811           | 1.637860    | 0.1065          |
| AP                    | -1.337638   | 0.658546           | -2.031198   | 0.0465          |
| Effects Specification |             |                    |             |                 |
|                       |             |                    |             | S.D. Rho        |
| Cross-section random  |             |                    |             | 0.231693 0.5946 |
| Idiosyncratic random  |             |                    |             | 0.191325 0.4054 |
| Weighted Statistics   |             |                    |             |                 |
| Root MSE              | 0.184626    | R-squared          |             | 0.109095        |
| Mean dependent var    | 0.164659    | Adjusted R-squared |             | 0.080356        |
| S.D. dependent var    | 0.197126    | S.E. of regression |             | 0.189040        |
| Sum squared resid     | 2.215645    | F-statistic        |             | 3.796092        |
| Durbin-Watson stat    | 1.402052    | Prob(F-statistic)  |             | 0.027846        |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.6, didapatkan hasil *Coefficient Constanta* (C) sebesar 0.767952, *Coefficient* Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) sebesar 0.255196, dan *Coefficient* Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) sebesar -1.337638, dengan penjelasan *t-statistic* (t-hitung), probabilitas *t-statistic* (t-hitung), *F-statistic* (F-hitung), *R-squared* dan *Adjusted R-squared* dijelaskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan ( $X_1$ ) dengan *t-statistic* 1.637860.
2. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *t-statistic* -2.031198.
3. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) dengan *probability t-statistic* 0.1065.
4. Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) dengan *probability t-statistic* 0.0465.
5. *F-statistic* 3.796092.
6. *Probability F-statistic* 0.027846.

7. *R-squared* 0.109095.

8. *Adjusted R-Squared* 0.080356.

#### 4.2.3 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Untuk memilih metode estimasi model terbaik menggunakan uji *Chow*, *Hausman*, dan *Lagrange Multiplier*.

##### 4.2.3.1 Hasil Uji Chow

*Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) digunakan di Uji *Chow* untuk menentukan model terbaik. Hasilnya dalam tabel berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Chow**

| Redundant Fixed Effects Tests<br>Equation: Untitled<br>Test cross-section fixed effects |           |         |        |
|---|-----------|---------|--------|
| Effects Test  | Statistic | d.f.    | Prob.  |
| Cross-section F   | 7.278347  | (12,50) | 0.0000 |
| Cross-section Chi-square  | 65.678454 | 12      | 0.0000 |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.7 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, penentuan  $df=13-1=12$  adalah jumlah data *cross-section* (persilangan) dikurangi 1, nilai  $df$  juga didapatkan dari hasil Uji *Chow* yang ada pada kolom  $d.f$  yaitu berjumlah 12 data *cross-section* (data sampel perusahaan dikurangi satu), penentuan standar  $F_{tabel}$  dapat dilihat dari jumlah keseluruhan variabel (bebas dan terikat) dikurangi 1 atau didapatkan nilai  $3-1=2$  pada kolom  $db$  pembilangnya dan kolom jumlah  $db$  penyebutnya berdasarkan jumlah  $df$  sebesar 12 (tabel F terlampir), dan penentuan standar *Chi-Square* tabel dapat dilihat kolom taraf signifikan yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti yaitu sebesar 0.05 serta jumlah  $df$  sebesar 12 (tabel *Chi-Square* Hasil Uji *Chow* terlampir).



Berdasarkan kriteria dan penentuan hipotesis yang ditemukan dalam hasil Uji *Chow*, hasilnya sebagai berikut:

1. *Cross-Section F Statistic* 7.278347 lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  distribusi 3.8853 ( $7.278347 > 3.8853$ ), dan *Prob. Cross-section F* 0.0000 lebih kecil dari taraf signifikan ( $0.0000 < 0.05$ ).
2. *Cross-Section Chi-Square Statistic* 65.678454 lebih besar dari *Chi-Square* tabel 21.026070 ( $65.678454 > 21.026070$ ), dan *Prob. Cross-section Chi-Square* 0.0000 lebih kecil dari taraf signifikan ( $0.0000 < 0.05$ ).

Hipotesis ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga *Fixed Effect Model* (FEM) adalah model terbaik untuk dipilih sebagai model regresi untuk data panel.

#### 4.2.3.2 Hasil Uji *Hausman*

*Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM) digunakan di Uji *Hausman* untuk menentukan model terbaik. Hasilnya dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Uji *Hausman***

| Correlated Random Effects - Hausman Test<br>Equation: Untitled<br>Test cross-section random effects |                   |              |        |
|---|-------------------|--------------|--------|
| Test Summary  | Chi-Sq. Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob.  |
| Cross-section random  | 0.528027          | 2            | 0.7680 |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.8 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, penentuan  $df=3-1=2$  adalah jumlah keseluruhan variabel (bebas dan terikat) dikurangi 1 atau didapatkan nilai  $3-1=2$  pada kolom *df*, dan penentuan standar *Chi-Square*-tabel dapat dilihat kolom taraf signifikan yang telah ditentukan sebelumnya

oleh peneliti yaitu sebesar 0.05 serta jumlah df sebesar 2 (tabel *Chi-Square* Hasil Uji *Hausman* terlampir).

Berdasarkan kriteria dan penentuan hipotesis yang ditemukan dalam hasil Uji *Hausman*, hasilnya sebagai berikut:

1. *Chi-Square Statistic* 0.528027 lebih kecil dari *Chi-Square* tabel 5.991465 ( $0.528027 < 5.991465$ ).
2. *Prob. Cross-section Random Chi-Square* 0.7680 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ( $0.7680 > 0.05$ ).

Hipotesis ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga *Random Effect Model* (REM) adalah model terbaik untuk dipilih sebagai model regresi untuk data panel.

#### 4.2.3.3 Hasil Uji *Lagrange Multiplier*

*Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM) digunakan di Uji *Lagrange Multiplier* untuk menentukan model terbaik. Hasilnya dalam tabel berikut:

| Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>   |                      |                         |                      |
|--|----------------------|-------------------------|----------------------|
| Lagrange Multiplier Tests for Random Effects<br>Null hypotheses: No effects<br>Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives |                      |                         |                      |
|  | Cross-section        | Test Hypothesis<br>Time | Both                 |
| Breusch-Pagan  | 38.11888<br>(0.0000) | 1.993999<br>(0.1579)    | 40.11288<br>(0.0000) |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.9 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, *Breusch-Pagan* memiliki nilai sebesar 38.11888 yang terdapat di kolom

*Cross-section* dan nilai signifikan sebesar 0.0000. Apabila dibandingkan dengan nilai standar yang didasarkan pada *Chi-Square* tabel, memiliki derajat kebebasan (df) sebesar 2 dari total jumlah variabel bebas yang digunakan, maka nilai *Chi-Square* tabel sebesar 5.991465 (tabel *Chi-Square* hasil Uji *Lagrange Multiplier* terlampir).

Berdasarkan kriteria dan penentuan hipotesis ditemukan hasil Uji *Lagrange Multiplier*, hasilnya sebagai berikut:

1. *Cross-section Breusch-Pagan* 38.11888 lebih besar dari *Chi-Square* tabel 5.991465 ( $38.11888 > 5.991465$ ).
2. *Probability Cross-section Breusch-Pagan* 0.0000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.0000 < 0.05$ ).

Hipotesis ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga *Random Effect Model (REM)* adalah model terbaik untuk dipilih sebagai model regresi untuk data panel.

**Tabel 4.10 Hasil Kesimpulan Model**

| Keterangan                     | Nilai Probabilitas | Model yang Terpilih        |
|--------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Uji <i>Chow</i>                | 0.0000             | <i>Fixed Effect Model</i>  |
| Uji <i>Hausman</i>             | 0.7680             | <i>Random Effect Model</i> |
| Uji <i>Lagrange Multiplier</i> | 0.0000             | <i>Random Effect Model</i> |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024.

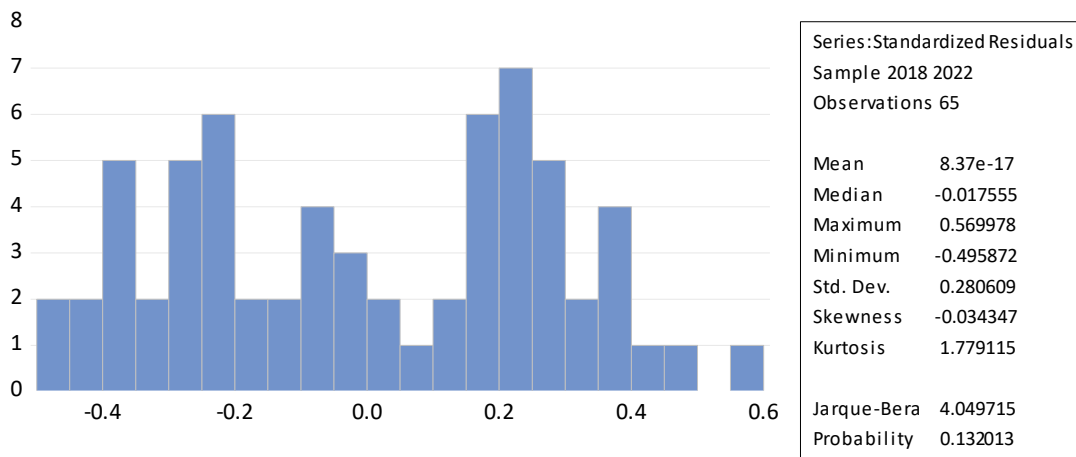
Menurut data dalam tabel 4.10 dapat ditarik kesimpulan bahwa, *Random Effect Model (REM)* merupakan uji terpilih pada penelitian ini.

#### 4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Beberapa uji asumsi klasik yaitu *normalitas*, *multikolinieritas*, *heteroskedastisitas*, dan *autokorelasi* (Basuki, 2021).

#### 4.2.4.1 Hasil Pengujian *Normalitas*

Uji *Normalitas* adalah model pertama dari pengujian asumsi klasik. *Normalitas* digunakan untuk membuktikan bahwa data penelitian ini normal. Hasil pengujian normalitas ditunjukkan dalam bentuk kurva histogram:



**Gambar 4.1 Hasil Uji *Normalitas***

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam gambar 4.1 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, *Chi-Square (Jarque-Bera)* hitung 4.049715 lebih kecil dari tabel *Chi-Square* 21.026070 ( $4.049715 < 21.026070$ ), dengan probabilitas hitung *Jarque-Bera* 0.132013 lebih besar dari taraf signifikan ( $0.132013 > 0.05$ ). Penelitian ini menunjukkan data berdistribusi normal.

#### 4.2.4.2 Hasil Pengujian *Multikolinieritas*

Uji *Multikolinieritas* adalah hasil kedua dari pengujian model asumsi klasik. Metode ini seperti yang ditunjukkan oleh *Rule of Thumb*, menunjukkan bahwa dalam kasus di mana koefisien korelasi  $> 0,85$ , ada kemungkinan bahwa terdapat unsur *multikolinieritas* (Basuki, 2021).

**Tabel 4.11 Hasil Pengujian *Multikolinieritas***

|    | PP       | AP       |
|----|----------|----------|
| PP | 1.000000 | 0.006922 |
| AP | 0.006922 | 1.000000 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.11 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, koefisien korelasi masing-masing variabel bebas sebesar 0,006922 atau kurang dari 0,85. Ini menunjukkan tidak terjadi *multikolinieritas*.

#### **4.2.4.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

Uji *Heteroskedastisitas* adalah hasil dari pengujian model ketiga dalam pengujian asumsi klasik.

**Tabel 4.12 Hasil Pengujian *Heteroskedastisitas***

|                                   |          |                     |        |
|-----------------------------------|----------|---------------------|--------|
| Heteroskedasticity Test: White    |          |                     |        |
| Null hypothesis: Homoskedasticity |          |                     |        |
| F-statistic                       | 1.010910 | Prob. F(5,59)       | 0.4194 |
| Obs*R-squared                     | 5.129156 | Prob. Chi-Square(5) | 0.4003 |
| Scaled explained SS               | 1.835451 | Prob. Chi-Square(5) | 0.8714 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.12 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, Uji *White* menunjukkan *Prob. Chi-Square (3) Obs\*R-squared* sebesar 0.4003 lebih besar dari taraf signifikan ( $0.4003 > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan, tidak terdapat *heteroskedastisitas*.

#### **4.2.4.4 Hasil Pengujian Autokorelasi**

Uji *Autokorelasi* adalah hasil dari pengujian model keempat atau terakhir dalam pengujian asumsi klasik.

**Tabel 4.13 Hasil Pengujian Autokorelasi**

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.13 memberikan penjelasan yang menunjukkan bahwa, jumlah sampel (N) 65, tingkat signifikansi 5%, dan variabel bebas adalah 2 (k=2). *Durbin Lower* (DL) = 1.5355 dan *Durbin Uper* (DU) = 1.6621. *Durbin Watson* sebesar 1,402052, dan berada dalam daerah  $dU < DW < 4-dU$  atau  $1.6621 < 1,402052 < 2.3379$ . Hal ini menunjukkan, tidak ada *autokorelasi* dalam nilai *Durbin Watson* pada model regresi yang dihasilkan.

#### 4.2.5 Hasil Pengujian Model Regresi Data Panel

Persamaan regresi berganda menggunakan uji *Random Effect Model* (REM).

**Tabel 4.14 Hasil Pengujian Data Panel**

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 0.767952    | 0.169888   | 4.520336    | 0.0000 |
| PP       | 0.255196    | 0.155811   | 1.637860    | 0.1065 |
| AP       | -1.337638   | 0.658546   | -2.031198   | 0.0465 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Persamaan regresi linear data panel berikut dapat digunakan untuk merumuskan hasil uji regresi linear data panel:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

$b_1$   $b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Pertumbuhan Penjualan

$X_2$  = Agresivitas Pajak

$\varepsilon$  = Error

Berdasarkan rumus, diperoleh hasil pengujian persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = 0.767952 + 0.255196 + (-) 1.337638 + \varepsilon$$

Persamaan tersebut menunjukkan hubungan antara variabel pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan.

1. *Constanta* sebesar 0.767952 menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak dianggap konstan, dan Nilai Perusahaan memiliki nilai sebesar 0.767952.
2. *Coefficient* Pertumbuhan Penjualan sebesar 0.2551961 dengan probabilitas lebih besar dari taraf signifikan ( $0.1065 > 0.05$ ), artinya variabel Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. *Coefficient* Agresivitas Pajak sebesar -1.337638 dengan probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan ( $0.0465 > 0.05$ ), artinya variabel Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

#### 4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan metode analisis data penelitian terakhir yang dilakukan. Dalam hal ini, hipotesis bermaksud untuk menguji dan membuktikan apakah ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yang diperlukan untuk menjalankan penelitian. Untuk mengetahui hubungan antara variabel ketiga

tersebut, rancangan pengujian hipotesis digunakan. Pada penelitian ini, bentuk umum pada pengujian hipotesis untuk perhitungan nilai uji statistik dilakukan melalui tiga tahap dengan menggunakan analisis model penelitian dengan regresi linier diantaranya yaitu: 1. Koefisien Determinasi (KD), 2. Uji t, dan 3. Uji F.

#### 4.2.6.1 Hasil Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Fajriah et al., 2022).

**Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Menurut data dalam tabel 4.15, didapatkan hasil *Adjusted R-Squared* sebesar 0.080356. Menunjukkan bahwa variabel bebas Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) dan Agresivitas Pajak ( $X_2$ ) bertanggung jawab atas kontribusi sebesar 8,03% pada variabel terikat Nilai Perusahaan ( $Y$ ), dan variabel lain yang tidak diteliti sisanya sebesar 91,97%.

#### 4.2.6.2 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas pada variabel terikat, dengan probabilitas 5%.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak ketika tingkat signifikan t diatas  $>0,05$ , dan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima ketika tingkat signifikan t dibawah  $<0,05$  (Fajriah et al., 2022).



**Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 0.767952    | 0.169888   | 4.520336    | 0.0000 |
| PP       | 0.255196    | 0.155811   | 1.637860    | 0.1065 |
| AP       | -1.337638   | 0.658546   | -2.031198   | 0.0465 |

**Sumber:** *Eviews 12*, data diolah oleh peneliti, 2024.

Tabel Titik Persentase Distribusi t (terlampir) memberikan nilai  $t_{tabel}$  1.66864 dari jumlah data (df) 65 data, dengan nilai persentase (Pr) sebesar 0.05.

Menurut data dalam tabel 4.16, didapatkan hasil *t-statistic* 1.637860 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.66864 ( $1.637860 < 1.66864$ ), dan probabilitas 0.1065 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ( $0.1065 > 0.05$ ). Hipotesis pertama menunjukkan, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.

Menurut data dalam tabel 4.16, didapatkan hasil *t-statistic* -2.031198 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.99714 ( $-2.031198 < 1.99714$ ), dan probabilitas 0.0465 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.0465 < 0.05$ ). Hipotesis kedua menunjukkan, Agresivitas Pajak berpengaruh negatif secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.

#### **4.2.6.3 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas saling mempengaruhi, dengan probabilitas 5% (Fajriah et al., 2022).  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak ketika tingkat signifikan F diatas  $>0,05$ , dan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima ketika tingkat signifikan F dibawah  $<0,05$ .

**Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

**Sumber:** *Eviews* 12, data diolah oleh peneliti, 2024.

Penentuan  $F_{\text{tabel}}$  didapatkan dari Tabel Titik Persentasi Distribusi F Probabilitas 0.05 (terlampir) dari jumlah data (df penyebut  $N_2$ ) sebanyak 65 data, dan nilai df pembilang ( $N_1$ ) dari jumlah variabel bebas sebanyak 2 (dua) maka didapatkan nilai 3.14 dari tabel F tersebut.

Berdasarkan data dalam tabel 4.17, didapatkan hasil *F-statistic* 3.796092 lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  3.14 ( $3.79609 > 3.14$ ), dan probabilitas 0.027846 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.027846 < 0.05$ ). Hipotesis ketiga menunjukkan, Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak secara bersamaan (simultan) mempengaruhi Nilai Perusahaan.

#### **4.3 Pembahasan Penelitian**

Dapat diketahui hasil penelitian mengenai Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak sebagai berikut:

##### **4.3.1 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pendugaan pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menyatakan bahwa *t-statistic* 1.637860 lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}}$  1.66864 ( $1.637860 < 1.66864$ ), dan probabilitas 0.1065 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ( $0.1065 > 0.05$ ). Hipotesis pertama menunjukkan, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan. Menunjukkan bahwa, peningkatan pertumbuhan

penjualan dari tahun ke tahun tidak mempengaruhi nilai perusahaan, karena pertumbuhan penjualan harus dikurangi oleh biaya operasional lainnya.

Hasil penelitian tidak sesuai dengan teori sinyal bahwa informasi tentang peningkatan penjualan yang tinggi memberi sinyal positif kepada investor bahwa mereka tertarik untuk berinvestasi. Hal ini disebabkan oleh beban penjualan yang meningkat dan beban bisnis lainnya yang mengurangi laba meskipun penjualan meningkat.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina & Andhitiyara, 2021), menjelaskan bahwa secara parsial Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

#### **4.3.2 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pendugaan pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menyatakan bahwa *t-statistic* -2.031198 lebih kecil dari *t*<sub>tabel</sub> 1.66864 ( $-2.031198 < 1.66864$ ), dan probabilitas 0.0465 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.0465 < 0.05$ ). Hipotesis kedua menunjukkan, Agresivitas Pajak berpengaruh negatif secara parsial terhadap Nilai Perusahaan. Menunjukkan bahwa, agresivitas pajak dapat menurunkan nilai perusahaan dan secara tidak langsung menunjukkan kondisi perusahaan yang tidak sebenarnya.

Hasil penelitian sesuai dengan teori agensi yang menggambarkan hubungan antara pemegang saham perusahaan dan manajer. Salah satu masalah utama dalam teori agensi adalah konflik kepentingan antara pemangku kepentingan yang ingin memaksimalkan nilai perusahaan dan manajer yang memiliki motivasi

untuk mengejar tujuan pribadi mereka sendiri. Tindakan ini mengacu pada upaya perusahaan untuk secara aktif mengurangi beban pajak dalam konteks agresivitas pajak dan sering memanfaatkan kesenjangan atau interpretasi yang meragukan dalam hukum pajak.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sugiyarti & Ramadhani, 2019), menjelaskan bahwa Agresivitas Pajak secara parsial berpengaruh negatif secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.

#### **4.3.3 Pembahasan Hasil Pendugaan Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak Secara Bersama-sama (Simultan) Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pendugaan pengujian hipotetis secara simultan (Uji F) menyatakan bahwa nilai *F-statistic* 3.796092 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3.14 ( $3.79609 > 3.14$ ), dan probabilitas 0.027846 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.027846 < 0.05$ ). Hipotesis ketiga menunjukkan, Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak secara bersamaan (simultan) mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Pertumbuhan penjualan terjadi ketika jumlah barang atau jasa yang dijual terus meningkat dari waktu ke waktu. Maka, dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan dan menunjukkan tingkat keberhasilan investasi. Dalam teori sinyal, informasi tentang peningkatan penjualan yang tinggi memberi sinyal positif kepada investor bahwa mereka tertarik untuk berinvestasi.

Perencanaan agresivitas pajak lebih mengarah pada penghindaran pajak, termasuk mengambil tindakan legal dan berusaha untuk mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Dalam teori agensi, agresivitas pajak dapat

menurunkan nilai perusahaan dan secara tidak langsung menunjukkan kondisi perusahaan yang tidak sebenarnya. Tidak semua investor menginginkan praktik agresivitas pajak yang dilakukan oleh manajer.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina & Andhitiyara, 2021), menjelaskan bahwa secara simultan perencanaan pajak dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan adalah hasil utama penelitian yang menjawab masalah atau fokus penelitian. Kesimpulan juga bisa berupa pernyataan ringkas tentang hasil penelitian secara keseluruhan dari diskusi atau analisis. Kesimpulan adalah bagian akhir dari penelitian yang berguna untuk menyampaikan kesimpulan dan kesimpulan penelitian. Untuk membuat kesimpulan yang mudah dibaca dan diingat oleh pembaca, masukkan semua poin utama atau semua poin yang akan diringkas dengan mudah di sini.

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat dibuat, berdasarkan hasil penelitian dan diskusi yang dilakukan pada bab sebelumnya:

1. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan, dikarenakan *t-statistic* 1.637860 lebih kecil dari *t*<sub>tabel</sub> 1.66864 ( $1.637860 < 1.66864$ ), dan probabilitas 0.1065 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ( $0.1065 > 0.05$ ).
2. Agresivitas Pajak berpengaruh negatif secara parsial terhadap Nilai Perusahaan, dikarenakan *t-statistic* -2.031198 lebih kecil dari *t*<sub>tabel</sub> 1.66864 ( $-2.031198 < 1.66864$ ), dan probabilitas 0.0465 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ( $0.0465 < 0.05$ ).
3. Pertumbuhan Penjualan dan Agresivitas Pajak berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan, dikarenakan *F-statistic* 3.796092 lebih besar dari

$F_{\text{tabel}} 3.14$  ( $3.796092 > 3.14$ ), dan probabilitas  $0.027846$  lebih kecil dari taraf signifikan  $0.05$  ( $0.027846 < 0.05$ ).

## **5.2 Saran**

Bagian penutup dari karya ilmiah disebut saran penelitian, yang terdiri dari komentar atau kritik yang berguna. Mencakup solusi atau manfaat dari karya ilmiah yang akan berdampak pada penulis, pemerintah, dan lembaga yang terlibat dalam penelitian tersebut. Selain itu, saran dapat berupa pernyataan yang membangun, memperbaiki, atau meningkatkan hasil penelitian untuk dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan, seperti penelitian ilmiah, rekomendasi, kebijakan, maupun yang lainnya.

Sebagai kesimpulan dari penelitian dan pembahasan, peneliti menyarankan hal-hal berikut untuk dilakukan:

1. Peneliti dapat melihat sektor bisnis lain yang masih jarang digunakan untuk objek penelitian berikutnya.
2. Peneliti dapat menggunakan variabel bebas tambahan di luar yang sudah digunakan, sebagai ukuran seberapa besar pengaruh terhadap variabel terikat yang telah ditetapkan.
3. Peneliti selanjutnya dapat menambah durasi penelitian.

## **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan dalam subsektor konsumen primer makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama 5

tahun dari 2018 hingga 2022. Ini mengakibatkan hasil penelitian tidak maksimal.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan dan agresivitas pajak dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
  3. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini hanya dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 8,03%.
- Kesimpulan ini menunjukkan bahwa variabel independen belum dapat mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–15.
- Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1842–1859.
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Basuki, A. T. (2021). Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Dilengkapi Dengan Penggunaan Eviews).
- Breliastiti, R. (2021). Penerapan Standar Gri Sebagai Panduan Penyusunan Laporan Keberlanjutan Tahun 2020 Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Dan Non-Primer Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekobisman*, 6(1), 138–156.
- Devi, P. N. C., & Supadmi, N. L. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(3), 2257–2283. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p23>
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(1), 85–110. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- 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.
- Oktavianna, R. (2021). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Moderasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 241–250. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(Oktober), 203–224.

- Romadhina, A. P., & Andhitiyara, R. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(2), 358–366. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2.455>
- Sidanti, H., & Cornaylis, V. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Pertanian Subsektor Perkebunan Di Bei). *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 201–210.
- Sugiyarti, L., & Ramadhani, P. (2019). Agresivitas Pajak, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Pengukuran Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(2), 233–244. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i2.5477>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
- Suprihatin, N. S., & Olivianda, D. C. (2020). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntansi Dewantara*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.26460/ad.v4i1.5339>
- Tusolihah, N., & Hunein, H. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal Dan Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(2), 262–270.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Turnitin

| TURNITIN.docx      |  |              |                |
|--------------------|--|--------------|----------------|
| ORIGINALITY REPORT |  |              |                |
| 27%                | 25%  | 17%          | 12%            |
| SIMILARITY INDEX   | INTERNET SOURCES   | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |
| PRIMARY SOURCES    |  |              |                |
| 1                  | Submitted to Universitas Pamulang<br>Student Paper                             | 2%           |                |
| 2                  | Submitted to Landmark University<br>Student Paper                              | 1%           |                |
| 3                  | digilib.unimed.ac.id<br>Internet Source  | 1%           |                |
| 4                  | Submitted to Universitas Negeri Jakarta<br>Student Paper                       | 1%           |                |
| 5                  | Submitted to Sriwijaya University<br>Student Paper                             | 1%           |                |
| 6                  | repositori.usu.ac.id<br>Internet Source  | 1%           |                |
| 7                  | repository.usd.ac.id<br>Internet Source  | 1%           |                |
| 8                  | Submitted to Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi<br>Indonesia Jakarta<br>Student Paper | 1%           |                |
| 9                  | jurnal.pcr.ac.id<br>Internet Source  | 1%           |                |

## Lampiran 2 Daftar Populasi Perusahaan

| NO | PERUSAHAAN                     | KODE EMITEN |
|----|--------------------------------|-------------|
| 1  | Astra Agro Lestari Tbk.        | AALI        |
| 2  | Akasha Wira International Tbk. | ADES        |
| 3  | Asia Sejahtera Mina Tbk.       | AGAR        |
| 4  | FKS Food Sejahtera Tbk.        | AISA        |
| 5  | Tri Banyan Tirta Tbk.          | ALTO        |
| 6  | Agung Menjangan Mas Tbk.       | AMMS        |
| 7  | Andira Agro Tbk.               | ANDI        |
| 8  | Austindo Nusantara Jaya Tbk.   | ANJT        |
| 9  | Cilacap Samudera Fishing Indus | ASHA        |
| 10 | Estika Tata Tiara Tbk.         | BEEF        |
| 11 | BISI International Tbk.        | BISI        |
| 12 | Formosa Ingredient Factory Tbk | BOBA        |
| 13 | Bumi Teknokultura Unggul Tbk   | BTEK        |
| 14 | Budi Starch & Sweetener Tbk.   | BUDI        |
| 15 | Eagle High Plantations Tbk.    | BWPT        |
| 16 | Campina Ice Cream Industry Tbk | CAMP        |
| 17 | Citra Borneo Utama Tbk.        | CBUT        |
| 18 | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.   | CEKA        |
| 19 | Sariguna Primatirta Tbk.       | CLEO        |
| 20 | Cisarua Mountain Dairy Tbk.    | CMRY        |
| 21 | Wahana Interfood Nusantara Tbk | COCO        |
| 22 | Charoen Pokphand Indonesia Tbk | CPIN        |
| 23 | Central Proteina Prima Tbk.    | CPRO        |
| 24 | Toba Surimi Industries Tbk.    | CRAB        |
| 25 | Cisadane Sawit Raya Tbk.       | CSRA        |
| 26 | Duta Intidaya Tbk.             | DAYA        |
| 27 | Delta Djakarta Tbk.            | DLTA        |
| 28 | Dua Putra Utama Makmur Tbk.    | DPUM        |
| 29 | Dharma Samudera Fishing Indust | DSFI        |
| 30 | Dharma Satya Nusantara Tbk.    | DSNG        |
| 31 | Morenzo Abadi Perkasa Tbk.     | ENZO        |
| 32 | FAP Agri Tbk.                  | FAPA        |
| 33 | FKS Multi Agro Tbk.            | FISH        |
| 34 | Sentra Food Indonesia Tbk.     | FOOD        |
| 35 | Golden Plantation Tbk.         | GOLL        |
| 36 | Garudafood Putra Putri Jaya Tb | GOOD        |
| 37 | Aman Agrindo Tbk.              | GULA        |

| <b>NO</b> | <b>PERUSAHAAN</b>              | <b>KODE EMITEN</b> |
|-----------|--------------------------------|--------------------|
| 38        | Gozco Plantations Tbk.         | GZCO               |
| 39        | Buyung Poetra Sembada Tbk.     | HOKI               |
| 40        | Indo Boga Sukses Tbk.          | IBOS               |
| 41        | Indofood CBP Sukses Makmur Tbk | ICBP               |
| 42        | Era Mandiri Cemerlang Tbk.     | IKAN               |
| 43        | Indofood Sukses Makmur Tbk.    | INDF               |
| 44        | Indo Pureco Pratama Tbk.       | IPPE               |
| 45        | Jhonlin Agro Raya Tbk.         | JARR               |
| 46        | Jaya Agra Wattie Tbk.          | JAWA               |
| 47        | Japfa Comfeed Indonesia Tbk.   | JPFA               |
| 48        | Mulia Boga Raya Tbk.           | KEJU               |
| 49        | PP London Sumatra Indonesia Tb | LSIP               |
| 50        | Multi Agro Gemilang Plantation | MAGP               |
| 51        | Malindo Feedmill Tbk.          | MAIN               |
| 52        | Mahkota Group Tbk.             | MGRO               |
| 53        | Menthobi Karyatama Raya Tbk.   | MKTR               |
| 54        | Multi Bintang Indonesia Tbk.   | MLBI               |
| 55        | Mayora Indah Tbk.              | MYOR               |
| 56        | Wahana Inti Makmur Tbk.        | NASI               |
| 57        | Indo Oil Perkasa Tbk.          | OILS               |
| 58        | Provident Investasi Bersama    | PALM               |
| 59        | Pantai Indah Kapuk Dua Tbk.    | PANI               |
| 60        | Pradiksi Gunatama Tbk.         | PGUN               |
| 61        | Panca Mitra Multiperdana Tbk.  | PMMP               |
| 62        | Prasidha Aneka Niaga Tbk       | PSDN               |
| 63        | Palma Serasih Tbk.             | PSGO               |
| 64        | Nippon Indosari Corpindo Tbk.  | ROTI               |
| 65        | Sampoerna Agro Tbk.            | SGRO               |
| 66        | Salim Ivomas Pratama Tbk.      | SIMP               |
| 67        | Sreeya Sewu Indonesia Tbk.     | SIPD               |
| 68        | Sekar Bumi Tbk.                | SKBM               |
| 69        | Sekar Laut Tbk.                | SKLT               |
| 70        | Smart Tbk.                     | SMAR               |
| 71        | Sawit Sumbermas Sarana Tbk.    | SSMS               |
| 72        | Sumber Tani Agung Resources Tb | STAA               |
| 73        | Siantar Top Tbk.               | STTP               |
| 74        | Triputra Agro Persada Tbk.     | TAPG               |
| 75        | Jaya Swarasa Agung Tbk.        | TAYS               |

| NO | PERUSAHAAN                     | KODE EMITEN |
|----|--------------------------------|-------------|
| 76 | Tunas Baru Lampung Tbk.        | TBLA        |
| 77 | Tigaraksa Satria Tbk.          | TGKA        |
| 78 | Teladan Prima Agro Tbk.        | TLDN        |
| 79 | Cerestar Indonesia Tbk.        | TRGU        |
| 80 | Ultrajaya Milk Industry & Trad | ULTJ        |
| 81 | Bakrie Sumatera Plantations Tb | UNSP        |
| 82 | Wahana Pronatural Tbk.         | WAPO        |
| 83 | Widodo Makmur Perkasa Tbk.     | WMPP        |
| 84 | Widodo Makmur Unggas Tbk.      | WMUU        |

### Lampiran 3 Daftar Sampel Perusahaan

| No | Nama Perusahaan                 | Kode Emiten |
|----|---------------------------------|-------------|
| 1  | Akasha Wira International Tbk.  | ADES        |
| 2  | BISI International Tbk.         | BISI        |
| 3  | Budi Starch & Sweetener Tbk.    | BUDI        |
| 4  | Campina Ice Cream Industry Tbk. | CAMP        |
| 5  | Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.    | CEKA        |
| 6  | Sariguna Primatirta Tbk.        | CLEO        |
| 7  | Charoen Pokphand Indonesia Tbk  | CPIN        |
| 8  | Delta Djakarta Tbk.             | DLTA        |
| 9  | Dharma Satya Nusantara Tbk.     | DSNG        |
| 10 | Garudafood Putra Putri Jaya Tbk | GOOD        |
| 11 | Indofood Sukses Makmur Tbk.     | INDF        |
| 12 | Japfa Comfeed Indonesia Tbk.    | JPFA        |
| 13 | PP London Sumatra Indonesia Tbk | LSIP        |

### Lampiran 4 Data Penelitian

| NO | PERUSAHAAN | TAHUN | NP     | PP      | AP     |
|----|------------|-------|--------|---------|--------|
| 1  | ADES       | 2018  | 0.0516 | -0.0125 | 0.2441 |
|    | ADES       | 2019  | 0.0356 | 0.0373  | 0.2386 |
|    | ADES       | 2020  | 0.0897 | -0.1929 | 0.1913 |
|    | ADES       | 2021  | 0.3013 | 0.3887  | 0.2133 |
|    | ADES       | 2022  | 0.5012 | 0.3806  | 0.2139 |
| 2  | BISI       | 2018  | 0.3375 | -0.0193 | 0.2010 |
|    | BISI       | 2019  | 0.1335 | 0.0030  | 0.2417 |
|    | BISI       | 2020  | 0.0993 | -0.2023 | 0.2446 |
|    | BISI       | 2021  | 0.0391 | 0.1116  | 0.2019 |
|    | BISI       | 2022  | 0.1969 | 0.1987  | 0.1886 |
| 3  | BUDI       | 2018  | 0.3521 | 0.0544  | 0.2969 |

| NO | PERUSAHAAN | TAHUN | NP     | PP      | AP     |
|----|------------|-------|--------|---------|--------|
|    | BUDI       | 2019  | 0.3605 | 0.1347  | 0.2370 |
|    | BUDI       | 2020  | 0.3369 | -0.0925 | 0.0320 |
|    | BUDI       | 2021  | 0.5803 | 0.2381  | 0.1952 |
|    | BUDI       | 2022  | 0.7036 | 0.0022  | 0.1979 |
| 4  | CAMP       | 2018  | 0.3617 | 0.0173  | 0.2629 |
|    | CAMP       | 2019  | 0.3716 | 0.0706  | 0.2288 |
|    | CAMP       | 2020  | 0.2667 | -0.0703 | 0.2248 |
|    | CAMP       | 2021  | 0.2223 | 0.0653  | 0.2068 |
|    | CAMP       | 2022  | 0.2817 | 0.1082  | 0.2122 |
| 5  | CEKA       | 2018  | 0.8377 | -0.1476 | 0.2492 |
|    | CEKA       | 2019  | 0.8783 | -0.1401 | 0.2444 |
|    | CEKA       | 2020  | 0.8424 | 0.1645  | 0.2192 |
|    | CEKA       | 2021  | 0.8063 | 0.4747  | 0.2085 |
|    | CEKA       | 2022  | 0.7600 | 0.1463  | 0.2205 |
| 6  | CLEO       | 2018  | 0.7294 | 0.3521  | 0.2224 |
|    | CLEO       | 2019  | 0.8981 | 0.3099  | 0.2413 |
|    | CLEO       | 2020  | 0.8265 | -0.1066 | 0.2126 |
|    | CLEO       | 2021  | 0.7506 | 0.1346  | 0.2142 |
|    | CLEO       | 2022  | 0.7497 | 0.2312  | 0.2140 |
| 7  | CPIN       | 2018  | 0.7860 | 0.0930  | 0.2295 |
|    | CPIN       | 2019  | 0.7040 | 0.0867  | 0.2096 |
|    | CPIN       | 2020  | 0.6611 | -0.2749 | 0.1934 |
|    | CPIN       | 2021  | 0.5888 | 0.2159  | 0.2190 |
|    | CPIN       | 2022  | 0.5464 | 0.1000  | 0.1716 |
| 8  | DLTA       | 2018  | 0.5352 | 0.1488  | 0.2337 |
|    | DLTA       | 2019  | 0.6519 | -0.0738 | 0.2294 |
|    | DLTA       | 2020  | 0.5383 | -0.3395 | 0.2504 |
|    | DLTA       | 2021  | 0.4719 | 0.2469  | 0.2195 |
|    | DLTA       | 2022  | 0.4863 | 0.1432  | 0.2180 |
| 9  | DSNG       | 2018  | 0.0731 | -0.0772 | 0.2926 |
|    | DSNG       | 2019  | 0.1145 | 0.2047  | 0.3639 |
|    | DSNG       | 2020  | 0.0144 | 0.1677  | 0.3123 |
|    | DSNG       | 2021  | 0.7515 | 0.0635  | 0.2342 |
|    | DSNG       | 2022  | 0.7764 | 0.3522  | 0.2507 |
| 10 | GOOD       | 2018  | 0.9967 | 0.0760  | 0.2696 |
|    | GOOD       | 2019  | 0.8059 | 0.0484  | 0.2494 |
|    | GOOD       | 2020  | 0.6476 | -0.0862 | 0.2791 |
|    | GOOD       | 2021  | 0.8056 | 0.1411  | 0.2213 |

| NO | PERUSAHAAN | TAHUN | NP     | PP      | AP     |
|----|------------|-------|--------|---------|--------|
|    | GOOD       | 2022  | 0.7619 | 0.1945  | 0.2262 |
| 11 | INDF       | 2018  | 0.1174 | 0.0457  | 0.3337 |
|    | INDF       | 2019  | 0.1085 | 0.0436  | 0.3254 |
|    | INDF       | 2020  | 0.7600 | 0.0671  | 0.2957 |
|    | INDF       | 2021  | 0.6411 | 0.2155  | 0.2250 |
|    | INDF       | 2022  | 0.6307 | 0.1156  | 0.2538 |
| 12 | JPFA       | 2018  | 0.3924 | 0.1490  | 0.2708 |
|    | JPFA       | 2019  | 0.1965 | 0.0803  | 0.2678 |
|    | JPFA       | 2020  | 0.1776 | 0.0061  | 0.2723 |
|    | JPFA       | 2021  | 0.1873 | 0.2141  | 0.2373 |
|    | JPFA       | 2022  | 0.0462 | 0.0912  | 0.2372 |
| 13 | LSIP       | 2018  | 0.7083 | -0.1516 | 0.2101 |
|    | LSIP       | 2019  | 0.0764 | -0.0797 | 0.2838 |
|    | LSIP       | 2020  | 0.0044 | -0.0440 | 0.1917 |
|    | LSIP       | 2021  | 0.7948 | 0.2796  | 0.2057 |
|    | LSIP       | 2022  | 0.6333 | 0.0132  | 0.1934 |

### Lampiran 5 Hasil *Eviews* Analisis Statistik Deskriptif

| Date: 05/01/24<br>Time: 18:02<br>Sample: 2018 2022 |           |           |           |
|--|-----------|-----------|-----------|
|  | NP        | PP        | AP        |
| Mean   | 0.475306  | 0.078719  | 0.233796  |
| Median   | 0.535190  | 0.080252  | 0.228829  |
| Maximum  | 0.996734  | 0.474684  | 0.363891  |
| Minimum  | 0.004425  | -0.339485 | 0.032015  |
| Std. Dev.  | 0.291147  | 0.161369  | 0.045264  |
| Skewness   | -0.159627 | -0.077087 | -0.603624 |
| Kurtosis   | 1.614395  | 3.109533  | 8.520127  |
| Jarque-Bera  | 5.475777  | 0.096869  | 86.47506  |
| Probability  | 0.064707  | 0.952720  | 0.000000  |
| Sum  | 30.89487  | 5.116703  | 15.19677  |
| Sum Sq. Dev.                                       | 5.425074  | 1.666550  | 0.131127  |
| Observations                                       | 65        | 65        | 65        |



### Lampiran 6 Hasil *EvIEWS Common Effect Model* (CEM)

| Dependent Variable: NP<br>Method: Panel Least Squares<br>Date: 05/01/24 Time: 18:02<br>Sample: 2018 2022<br>Periods included: 5<br>Cross-sections included: 13<br>Total panel (balanced) observations: 65 |             |                    |             |           |
|---|-------------|--------------------|-------------|-----------|
| Variable  | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.     |
| C   | 0.744815    | 0.187904           | 3.963813    | 0.0002    |
| PP  | 0.337778    | 0.220585           | 1.531283    | 0.1308    |
| AP  | -1.266483   | 0.786393           | -1.610495   | 0.1124    |
| Root MSE  | 0.278108    | R-squared          |             | 0.073308  |
| Mean dependent var  | 0.475306    | Adjusted R-squared |             | 0.043414  |
| S.D. dependent var  | 0.291147    | S.E. of regression |             | 0.284757  |
| Akaike info criterion   | 0.370695    | Sum squared resid  |             | 5.027375  |
| Schwarz criterion   | 0.471052    | Log likelihood     |             | -9.047601 |
| Hannan-Quinn criter.  | 0.410292    | F-statistic        |             | 2.452307  |
| Durbin-Watson stat  | 0.625534    | Prob(F-statistic)  |             | 0.094407  |

### Lampiran 7 Hasil *EvIEWS Fixed Model Effect* (FEM)

| Dependent Variable: NP<br>Method: Panel Least Squares<br>Date: 05/01/24 Time: 18:02<br>Sample: 2018 2022<br>Periods included: 5<br>Cross-sections included: 13<br>Total panel (balanced) observations: 65 |             |                    |             |          |
|---|-------------|--------------------|-------------|----------|
| Variable  | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.    |
| C   | 0.774201    | 0.163687           | 4.729764    | 0.0000   |
| PP  | 0.242135    | 0.157105           | 1.541230    | 0.1296   |
| AP  | -1.359969   | 0.685437           | -1.984089   | 0.0527   |
| Effects Specification   |             |                    |             |          |
| Cross-section fixed (dummy variables)   |             |                    |             |          |
| Root MSE  | 0.167803    | R-squared          |             | 0.662629 |
| Mean dependent var  | 0.475306    | Adjusted R-squared |             | 0.568165 |
| S.D. dependent var  | 0.291147    | S.E. of regression |             | 0.191325 |
| Akaike info criterion   | -0.270512   | Sum squared resid  |             | 1.830264 |
| Schwarz criterion   | 0.231270    | Log likelihood     |             | 23.79163 |
| Hannan-Quinn criter.  | -0.072527   | F-statistic        |             | 7.014620 |
| Durbin-Watson stat  | 1.697941    | Prob(F-statistic)  |             | 0.000000 |

### Lampiran 8 Hasil *Eviews Random Effect Model (REM)*

| Dependent Variable: NP<br>Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)<br>Date: 05/01/24 Time: 18:03<br>Sample: 2018 2022<br>Periods included: 5<br>Cross-sections included: 13<br>Total panel (balanced) observations: 65<br>Swamy and Arora estimator of component variances |             |                    |             |        |
|---|-------------|--------------------|-------------|--------|
| Variable  | Coefficient | Std. Error         | t-Statistic | Prob.  |
| C   | 0.767952    | 0.169888           | 4.520336    | 0.0000 |
| PP  | 0.255196    | 0.155811           | 1.637860    | 0.1065 |
| AP  | -1.337638   | 0.658546           | -2.031198   | 0.0465 |
| Effects Specification   |             |                    | S.D.        | Rho    |
| Cross-section random  |             |                    | 0.231693    | 0.5946 |
| Idiosyncratic random  |             |                    | 0.191325    | 0.4054 |
| Weighted Statistics   |             |                    |             |        |
| Root MSE  | 0.184626    | R-squared          | 0.109095    |        |
| Mean dependent var  | 0.164659    | Adjusted R-squared | 0.080356    |        |
| S.D. dependent var  | 0.197126    | S.E. of regression | 0.189040    |        |
| Sum squared resid   | 2.215645    | F-statistic        | 3.796092    |        |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052    | Prob(F-statistic)  | 0.027846    |        |

### Lampiran 9 Hasil *Eviews Uji Chow*

| Redundant Fixed Effects Tests<br>Equation: Untitled<br>Test cross-section fixed effects |           |         |        |
|---|-----------|---------|--------|
| Effects Test  | Statistic | d.f.    | Prob.  |
| Cross-section F   | 7.278347  | (12,50) | 0.0000 |
| Cross-section Chi-square  | 65.678454 | 12      | 0.0000 |

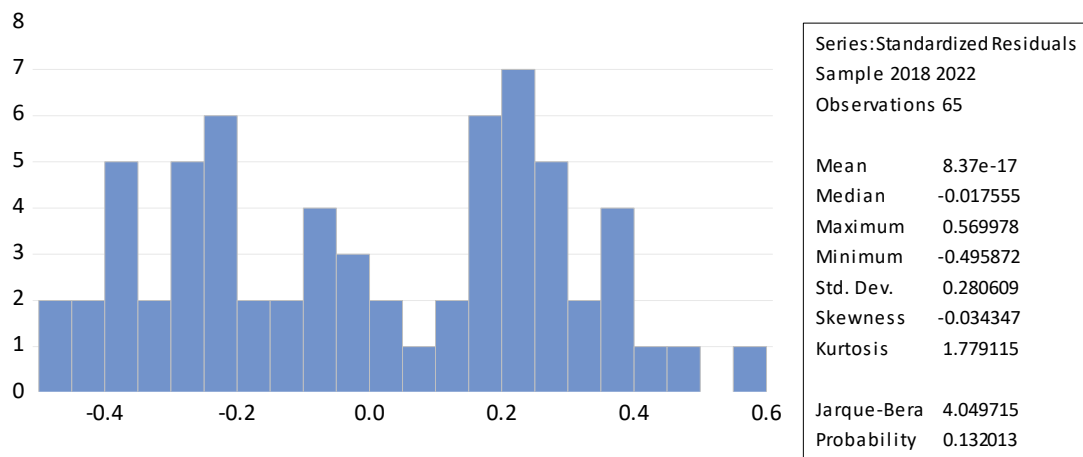
### Lampiran 10 Hasil *Eviews* Uji Hausman

| Correlated Random Effects - Hausman Test<br>Equation: Untitled<br>Test cross-section random effects |                   |              |        |
|---|-------------------|--------------|--------|
| Test Summary  | Chi-Sq. Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob.  |
| Cross-section random  | 0.528027          | 2            | 0.7680 |

### Lampiran 11 Hasil *Eviews* Uji *Langrange Multiplier* (Uji LM)

| Lagrange Multiplier Tests for Random Effects<br>Null hypotheses: No effects<br>Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives |                      |                      |                      |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | Cross-section        | Test Hypothesis Time | Both                 |
| Breusch-Pagan  | 38.11888<br>(0.0000) | 1.993999<br>(0.1579) | 40.11288<br>(0.0000) |

### Lampiran 12 Hasil *Eviews* Uji *Normalitas*



### Lampiran 13 Hasil *Eviews* Uji *Multikolineritas*

|    | PP       | AP       |
|----|----------|----------|
| PP | 1.000000 | 0.006922 |
| AP | 0.006922 | 1.000000 |

#### Lampiran 14 Hasil *Eviews* Uji *Heteroskedastisitas*

|                                   |          |                     |        |
|-----------------------------------|----------|---------------------|--------|
| Heteroskedasticity Test: White    |          |                     |        |
| Null hypothesis: Homoskedasticity |          |                     |        |
| F-statistic                       | 1.010910 | Prob. F(5,59)       | 0.4194 |
| Obs*R-squared                     | 5.129156 | Prob. Chi-Square(5) | 0.4003 |
| Scaled explained SS               | 1.835451 | Prob. Chi-Square(5) | 0.8714 |

#### Lampiran 15 Hasil *Eviews* Uji *Autokorelasi*

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

#### Lampiran 16 Hasil *Eviews* Uji Model Regresi Berganda

| Dependent Variable: NP                            |             |            |             |        |
|---|-------------|------------|-------------|--------|
| Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) |             |            |             |        |
| Date: 05/01/24 Time: 18:03                        |             |            |             |        |
| Sample: 2018 2022                                 |             |            |             |        |
| Periods included: 5                               |             |            |             |        |
| Cross-sections included: 13                       |             |            |             |        |
| Total panel (balanced) observations: 65           |             |            |             |        |
| Swamy and Arora estimator of component variances  |             |            |             |        |
| Variable  | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
| C   | 0.767952    | 0.169888   | 4.520336    | 0.0000 |
| PP  | 0.255196    | 0.155811   | 1.637860    | 0.1065 |
| AP  | -1.337638   | 0.658546   | -2.031198   | 0.0465 |

#### Lampiran 17 Hasil *Eviews* Uji $R^2$

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

### Lampiran 18 Hasil *Eviews* Uji T (Parsial)

| Weighted Statistics |          |                    |          |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| Root MSE            | 0.184626 | R-squared          | 0.109095 |
| Mean dependent var  | 0.164659 | Adjusted R-squared | 0.080356 |
| S.D. dependent var  | 0.197126 | S.E. of regression | 0.189040 |
| Sum squared resid   | 2.215645 | F-statistic        | 3.796092 |
| Durbin-Watson stat  | 1.402052 | Prob(F-statistic)  | 0.027846 |

### Lampiran 19 Hasil *Eviews* Uji F (Simultan)

| Dependent Variable: NP                            |             |            |             |        |
|---|-------------|------------|-------------|--------|
| Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) |             |            |             |        |
| Date: 05/01/24 Time: 18:03                        |             |            |             |        |
| Sample: 2018 2022                                 |             |            |             |        |
| Periods included: 5                               |             |            |             |        |
| Cross-sections included: 13                       |             |            |             |        |
| Total panel (balanced) observations: 65           |             |            |             |        |
| Swamy and Arora estimator of component variances  |             |            |             |        |
| Variable  | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
| C   | 0.767952    | 0.169888   | 4.520336    | 0.0000 |
| PP  | 0.255196    | 0.155811   | 1.637860    | 0.1065 |
| AP  | -1.337638   | 0.658546   | -2.031198   | 0.0465 |

### Lampiran 20 Daftar Tabel F Uji *Chow*

| Tabel F (0,05 / 5%) |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| df2                 | df1      |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|                     | 1        | 2        | 3        | 4        | 5        | 6        | 7        | 8        | 9        | 10       |
| 1                   | 161,4476 | 119,5000 | 215,7073 | 224,5833 | 230,1619 | 233,9860 | 236,7684 | 238,8827 | 240,5433 | 241,8818 |
| 2                   | 18,5128  | 19,0000  | 19,1643  | 19,2468  | 19,2964  | 19,3295  | 19,3532  | 19,3710  | 19,3848  | 19,3959  |
| 3                   | 10,1280  | 9,5521   | 9,2766   | 9,1172   | 9,0135   | 8,9406   | 8,8867   | 8,8452   | 8,8123   | 8,7855   |
| 4                   | 7,7086   | 6,9443   | 6,5914   | 6,3882   | 6,2561   | 6,1631   | 6,0942   | 6,0410   | 5,9988   | 5,9644   |
| 5                   | 6,6079   | 5,7861   | 5,4095   | 5,1922   | 5,0503   | 4,9503   | 4,8759   | 4,8183   | 4,7725   | 4,7351   |
| 6                   | 5,9874   | 5,1433   | 4,7571   | 4,5337   | 4,3874   | 4,2839   | 4,2067   | 4,1468   | 4,0990   | 4,0600   |
| 7                   | 5,5914   | 4,7374   | 4,3468   | 4,1203   | 3,9715   | 3,8660   | 3,7870   | 3,7257   | 3,6767   | 3,6365   |
| 8                   | 5,3177   | 4,4590   | 4,0662   | 3,8379   | 3,6875   | 3,5806   | 3,5005   | 3,4381   | 3,3881   | 3,3472   |
| 9                   | 5,1174   | 4,2565   | 3,8625   | 3,6331   | 3,4817   | 3,3738   | 3,2927   | 3,2296   | 3,1789   | 3,1373   |
| 10                  | 4,9646   | 4,1028   | 3,7083   | 3,4780   | 3,3258   | 3,2172   | 3,1355   | 3,0717   | 3,0204   | 2,9782   |
| 11                  | 4,8443   | 3,9823   | 3,5874   | 3,3567   | 3,2039   | 3,0946   | 3,0123   | 2,9480   | 2,8962   | 2,8536   |
| 12                  | 4,7472   | 3,8853   | 3,4903   | 3,2592   | 3,1059   | 2,9961   | 2,9134   | 2,8486   | 2,7964   | 2,7534   |
| 13                  | 4,6672   | 3,8056   | 3,4105   | 3,1791   | 3,0254   | 2,9153   | 2,8321   | 2,7669   | 2,7144   | 2,6710   |
| 14                  | 4,6001   | 3,7389   | 3,3439   | 3,1122   | 2,9582   | 2,8477   | 2,7642   | 2,6987   | 2,6458   | 2,6022   |
| 15                  | 4,5431   | 3,6823   | 3,2874   | 3,0556   | 2,9013   | 2,7905   | 2,7066   | 2,6408   | 2,5876   | 2,5437   |

### Lampiran 21 Daftar Tabel Chi-Square Uji *Chow*

| df | 0,1       | 0,05      | 0,025     | 0,001     | 0,005     |
|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1  | 2,705543  | 3,841459  | 5,023886  | 6,634897  | 7,879439  |
| 2  | 4,605170  | 5,991465  | 7,377759  | 9,210340  | 10,596635 |
| 3  | 6,251389  | 7,814728  | 9,348404  | 11,344867 | 12,838156 |
| 4  | 7,779440  | 9,487729  | 11,143287 | 13,276704 | 14,860259 |
| 5  | 9,236357  | 11,070498 | 12,832502 | 15,086272 | 16,749602 |
| 6  | 10,644641 | 12,591587 | 14,449375 | 16,811894 | 18,547584 |
| 7  | 12,017037 | 14,067140 | 16,012764 | 18,475307 | 20,277740 |
| 8  | 13,361566 | 15,507313 | 17,534546 | 20,090235 | 21,954955 |
| 9  | 14,683657 | 16,918978 | 19,022768 | 21,665994 | 23,589351 |
| 10 | 15,987179 | 18,307038 | 20,483177 | 23,209251 | 25,188180 |
| 11 | 17,275009 | 19,675138 | 21,920049 | 24,724970 | 26,756849 |
| 12 | 18,549348 | 21,026070 | 23,336664 | 26,216967 | 28,299519 |

### Lampiran 22 Daftar Tabel Chi-Square Uji *Hausman*

| df | 0,1      | 0,05      | 0,025     | 0,001     | 0,005     |
|----|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1  | 2,705543 | 3,841459  | 5,023886  | 6,634897  | 7,879439  |
| 2  | 4,605170 | 5,991465  | 7,377759  | 9,210340  | 10,596635 |
| 3  | 6,251389 | 7,814728  | 9,348404  | 11,344867 | 12,838156 |
| 4  | 7,779440 | 9,487729  | 11,143287 | 13,276704 | 14,860259 |
| 5  | 9,236357 | 11,070498 | 12,832502 | 15,086272 | 16,749602 |

### Lampiran 23 Daftar Tabel Chi-Square Uji *Lagrange Multiplier*

| df | 0,1      | 0,05      | 0,025     | 0,001     | 0,005     |
|----|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1  | 2,705543 | 3,841459  | 5,023886  | 6,634897  | 7,879439  |
| 2  | 4,605170 | 5,991465  | 7,377759  | 9,210340  | 10,596635 |
| 3  | 6,251389 | 7,814728  | 9,348404  | 11,344867 | 12,838156 |
| 4  | 7,779440 | 9,487729  | 11,143287 | 13,276704 | 14,860259 |
| 5  | 9,236357 | 11,070498 | 12,832502 | 15,086272 | 16,749602 |

### Lampiran 24 Tabel Durbin Watson Uji Autokorelasi

|    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 55 | 1.5276 | 1.6014 | 1.4903 | 1.6406 | 1.4523 | 1.6815 | 1.4136 | 1.7240 | 1.3743 | 1.7681 |
| 56 | 1.5320 | 1.6045 | 1.4954 | 1.6430 | 1.4581 | 1.6830 | 1.4201 | 1.7246 | 1.3815 | 1.7678 |
| 57 | 1.5363 | 1.6075 | 1.5004 | 1.6452 | 1.4637 | 1.6845 | 1.4264 | 1.7253 | 1.3885 | 1.7675 |
| 58 | 1.5405 | 1.6105 | 1.5052 | 1.6475 | 1.4692 | 1.6860 | 1.4325 | 1.7259 | 1.3953 | 1.7673 |
| 59 | 1.5446 | 1.6134 | 1.5099 | 1.6497 | 1.4745 | 1.6875 | 1.4385 | 1.7266 | 1.4019 | 1.7672 |
| 60 | 1.5485 | 1.6162 | 1.5144 | 1.6518 | 1.4797 | 1.6889 | 1.4443 | 1.7274 | 1.4083 | 1.7671 |
| 61 | 1.5524 | 1.6189 | 1.5189 | 1.6540 | 1.4847 | 1.6904 | 1.4499 | 1.7281 | 1.4146 | 1.7671 |
| 62 | 1.5562 | 1.6216 | 1.5232 | 1.6561 | 1.4896 | 1.6918 | 1.4554 | 1.7288 | 1.4206 | 1.7671 |
| 63 | 1.5599 | 1.6243 | 1.5274 | 1.6581 | 1.4943 | 1.6932 | 1.4607 | 1.7296 | 1.4265 | 1.7671 |
| 64 | 1.5635 | 1.6268 | 1.5315 | 1.6601 | 1.4990 | 1.6946 | 1.4659 | 1.7303 | 1.4322 | 1.7672 |
| 65 | 1.5670 | 1.6294 | 1.5355 | 1.6621 | 1.5035 | 1.6960 | 1.4709 | 1.7311 | 1.4378 | 1.7673 |

### Lampiran 25 Tabel Distribusi t Uji Parsial

|    |         |         |         |         |         |         |         |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |

### Lampiran 26 Tabel Distribusi f Uji Simultan

|    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 60 | 4,0012 | 3,1504 | 2,7581 | 2,5252 | 2,3683 | 2,2541 | 2,1665 | 2,0970 | 2,0401 | 1,9926 |
| 61 | 3,9985 | 3,1478 | 2,7555 | 2,5226 | 2,3657 | 2,2514 | 2,1639 | 2,0943 | 2,0374 | 1,9899 |
| 62 | 3,9959 | 3,1453 | 2,7530 | 2,5201 | 2,3631 | 2,2489 | 2,1613 | 2,0917 | 2,0348 | 1,9872 |
| 63 | 3,9934 | 3,1428 | 2,7505 | 2,5177 | 2,3607 | 2,2464 | 2,1588 | 2,0892 | 2,0322 | 1,9847 |
| 64 | 3,9909 | 3,1404 | 2,7482 | 2,5153 | 2,3583 | 2,2440 | 2,1564 | 2,0868 | 2,0298 | 1,9822 |
| 65 | 3,9886 | 3,1381 | 2,7459 | 2,5130 | 2,3560 | 2,2417 | 2,1541 | 2,0844 | 2,0274 | 1,9798 |

### Lampiran 27 Sertifikat Propesa, Seminar, TOEFL, Uji Kompetensi











2010112004941090340



PRODI AKUNTANSI  
PROGRAM SARJANA

# SERTIFIKAT

Diberikan kepada:

**RISKA AULIA PUTRI**

Atas partisipasinya sebagai

**PESERTA**

DALAM KEGIATAN INSPIRING ENTREPRENEUR  
"COMMUNITY DEDICATION: MAKE UP YOUR ENTREPRENEURSHIP SKILL"  
Kamis, 13 Juli 2023

Auditorium Kampus Pusat Universitas Pamulang, Tangerang Selatan



Rector Universitas Pamulang  
*[Signature]*  
Dr. X. Nurzaman, AM., M.M., M.Si.  
NIDK. 8811520016

Kaprodi Akuntansi Program Sarjana



Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA.  
NIDN. 0003047701

Ketua Pelaksana



Anisa, S.E., M.Ak.  
NIDN. 0427029003

Supported by:






## TOEFL PREDICTION TEST CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

NO: 1317 / LBU / V / 2023  
This is to certify that



**RISKA AULIA PUTRI**

Student Number : 201011200494

achieved the following scores on the  
TOEFL Prediction Test

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| Listening Comprehension          | : 45       |
| Structure and Written Expression | : 31       |
| Reading Comprehension            | : 36       |
| Total                            | : 373      |
| Level                            | : BEGINNER |

Under the auspices of :  
LEMBAGA BAHASA UNPAM (LBU)  
In : Pamulang, Tangerang Selatan  
This certificate is valid until : 2nd May 2025





Tito Dimas Alimawijaya, S.Pd., M.Hum.  
Head of Lembaga Bahasa Unpam  
UNIVERSITAS PAMULANG

**SURAT KETERANGAN KOMPETENSI**  
 NOMOR : 01164/SKK/LSP-UNPAM/2024

Dengan ini menyatakan bahwa

**RISKA AULIA PUTRI**

Telah Mengikuti  
**Teknisi Perpajakan PPh Badan Sektor Usaha Jasa & Perdagangan  
 (Level 5)**

Serta kompeten pada unit kompetensi sebagaimana berikut :

| Kode Unit       | Judul Unit Kompetensi   |
|-----------------|---|
| M.602000.001.01 | Mengaplikasi Pendefinisian Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)                                   |
| M.602000.006.01 | Mengisi dan Penyediaan Formulir Pendaftaran   |
| M.602000.007.01 | Mengaplikasi Pendafatan data Wajib Pajak  |
| M.602000.009.01 | Melakukan Pembayaran atau Pengembalian Pajak  |
| M.602000.031.01 | Mengaplikasi Dokumen Pajak Surat Pemberitahuan Pajak  |
| M.602000.032.01 | Mengaplikasi dan Memberikan Keterangan Pajak Saat Pengalihan Pajak                          |
| M.602000.033.01 | Membuat dan Mengaplikasi Tanggapan Tertulis atas Surat Pemberitahuan Pajak Penawaran (SPWP) |
| M.602000.036.01 | Mengaplikasi Pengembalian atau Bunga Akumulasi Penjualan                                    |
| M.602000.040.01 | Mengaplikasi Tanda Bukti Sebagai Wajib Pajak  |
| M.602000.048.01 | Mengaplikasi Pendafatan data Wajib Pajak  |
| M.602000.052.01 | Mengaplikasi Pengalihan dan Pencatatan NPWP   |
| M.602000.056.01 | Mengaplikasi Pendaftaran Anggutan Pajak   |

BADAN NASIONAL SERTIFIKASI PROFESI  
 LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI  
 UNIVERSITAS PAMULANG

Sertifikat Kompetensi akan diterbitkan apabila peserta uji kompetensi telah kompeten  
 pada seluruh unit kompetensi

**SURAT KETERANGAN INI BERLAKU SELAMA 2 TAHUN**

TANGERANG SELATAN, 07 Maret 2024

**DIREKTUR LSP UNIVERSITAS PAMULANG,**

**EDIAN FAHMY, S.E., M.M.**  
 MET. 000.000120 2016

## Lampiran 28 Kartu Bimbingan

**KARTU KONSULTASI MAHASISWA**

Nama Lengkap : RISKA AULIA PUTRI

Nomor Induk Mahasiswa : 201011200494

Fakultas / Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS / AKUNTANSI S1

Kampus : UNIVERSITAS PAMULANG

Judul Skripsi : PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN AGRESIVITAS PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Pembimbing : WIWIK HASBIYAH AN, S.HI, MA

Dokumen ini harus dilampirkan pada SKRIPSI

| No. | Tanggal         | Catatan Bimbingan                                       | Tanda Tangan |
|-----|-----------------|---|--------------|
| 1   | 30 Januari 2024 | Penambahan latar belakang setiap variabel dan fenomena  | <i>li</i>    |
| 2   | 27 April 2024   | Penambahan latar belakang dan perbaikan rumusan masalah | <i>li</i>    |
| 3   | 4 Mei 2024      | Penambahan tabel untuk variabel y di latar belakang     | <i>li</i>    |
| 4   | 11 Mei 2024     | Perbaikan jurnal referensi di latar belakang            | <i>li</i>    |
| 5   | 14 Juni 2024    | Bimbingan bab 2 dan bab 3                               | <i>li</i>    |
| 6   | 21 Juni 2024    | Merincikan hipotesis lebih lengkap di bab 4             | <i>li</i>    |
| 7   | 27 Juni 2024    | Bimbingan bab 5   | <i>li</i>    |
| 8   | 27 Juni 2024    | Turnitin  | <i>li</i>    |