

Pengaruh *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Maudy Lestari, Nurhayati.

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Bandung
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
maudylstr@gmail.com, nurhayati@unisba.ac.id

Abstract—The firm value is reflected in the stock price which is formed from the supply and demand from the capital market which reflects the firm performance. The purpose of this research is to determine the effect of sales growth and tax avoidance on firm value in property, estate and construction companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2018-2019 period. This research method is a verification method with a quantitative approach. The data in this research is secondary data obtained from www.idx.com. Data collection techniques with documentation techniques. The population selected in this research is 94 property, real estate and building construction companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2019 using the purposive side method. And obtained up to 18 companies that meet the criteria. Data were analyzed using multiple regression and hypothesis testing using the F test and t test. The result of this study indicate that sales growth has a positive effect on firm value and tax avoidance has no effect on firm value.

Keywords—tax avoidance, sales growth, firmvalue

Abstrak—Nilai perusahaan dicerminkan dari harga saham yang terbentuk dari permintaan dan penawaran dari pasar modal yang mengrefleksikan kinerja perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sales growth dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2019. Metode penelitian ini yaitu metode verifikasi dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.com. Teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi. Populasi yang dipilih pada penelitian ini yaitu 94 perusahaan property, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2019 dengan menggunakan metode purposive sampling. Dan diperoleh sampel 18 perusahaan yang memenuhi kriteria. Data dianalisis menggunakan regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Kata Kunci—tax avoidance, sales growth, nilai perusahaan

I. PENDAHULUAN

Le Minerale merupakan produk air mineral yang juga merupakan produk baru setelah terdapat produk sejenis yang mendahuluinya di pasaran seperti Aqua, Ades, Vit, dan lain-lain. Produk air mineral dengan merek Le Minerale ini diproduksi oleh PT Mayora Indah Tbk yang mulai

dipasarkan sejak tahun 2014. PT Mayora Indah Tbk memasang iklan di berbagai media massa dengan tujuan memperkenalkan Le Minerale agar dikenal masyarakat luas dan sekaligus untuk dapat meraih keuntungan sebanyak mungkin.

Upaya untuk memperkenalkan Le Minerale pada masyarakat luas bukan merupakan pekerjaan yang mudah ditambah lagi telah ada produk sejenis yang telah sangat dikenal oleh masyarakat. PT Mayora Indah Tbk dalam upayanya memperkenalkan merek Le Minerale juga tidak hanya sekedar mengenalkan, tetapi perlu menanamkan kesadaran merek kepada masyarakat, karena melalui kesadaran merek inilah perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain serta akan mendapatkan keuntungan maksimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan iklan Le Minerale dengan peningkatan kesadaran merek?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara perhatian (*attention*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale.
2. Untuk mengetahui hubungan antara minat (*interest*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale.
3. Untuk mengetahui hubungan antara hasrat (*desire*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale.
4. Untuk mengetahui hubungan antara keputusan (*decision*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale.
5. Untuk mengetahui hubungan antara tindakan (*action*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale.

II. LANDASAN TEORI

A. Pendahuluan

Meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi membuat perusahaan - perusahaan harus menyesuaikan diri serta harus dapat membaca situasi agar dapat mengelola perusahaannya dengan baik dan meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Pada umumnya, “tujuan dari perusahaan adalah untuk mendapatkan profit

maksimal atau untuk mendapatkan jumlah laba yang sebesar- besarnya” (Nurhayati,2019). Sedangkan “tujuan perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemiliknya atau para pemegang sahamnya melalui peningkatan nilai perusahaan” (Salvatore, 2005). Persepsi investor terhadap nilai perusahaan dapat dikaitkan dengan dilihat dari harga saham. Hukum tersebut berlaku positif karena apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaannya pun akan tinggi.

Dalam menjalankan operasi bisnisnya, perusahaan tentu akan menghadapi situasi dimana nilai perusahaan akan mengalami peningkatan atau penurunan. Pada penutupan perdagangan saham IHSG berbagai subsektor saham yang menghijau yakni pertambangan sebesar 1,03%, subsektor saham perkebunan menguat 0,04%, dan subsektor saham keuangan menguat 0,18%. Sementara saham yang melemah antara lain infrastruktur menurun 2,33%, subsektor industri dasar sebesar 1,62% dan konsumsi 1%. (Liputan6)

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sales growth. “Semakin meningkatnya sales growth maka akan meningkatnya juga pendapatan perusahaan dengan begitu maka nilai perusahaannya semakin meningkat” (Dramawan, 2015). Seperti kasusnya laba Agung Podomoro Land pada kuartal III-2018, penjualan dan pendapatan usaha APLN Rp 3,8 triliun. Angka ini turun 30,33% dibandingkan penjualan kuartal III-2017 sebesar Rp 5,46 triliun (CNBC.com).

Namun berbagai cara dapat dilakukan oleh manajemen keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaannya seperti dengan melakukannya sebuah perencanaan pajak. “Pajak dikatakan menjadi salah satu sumber penghasilan negara yang berasal dari rakyatnya. Bagi negara, perpajakan merupakan sumber pendapatan penting yang kemudian dikembalikan ke masyarakat melalui belanja rutin dan belanja pembangunan.” (Sofianty,2020). Aktivitas ini dilakukan untuk mengurangi jumlah pajaknya perusahaan sehingga meningkatkan laba perusahaan dan berdampak pada nilai perusahaan tersebut dengan dilihat dari harga pasar sahamnya.

“Menurut hukum, tax avoidance bukan suatu hal yang melanggar namun keberadaannya tidak diinginkan karena penghindaran pajak akan berdampak pada perpajakan negara.” (Nurhayati, 2019). Salah satu kasus yang terjadi seperti perusahaan dari Indonesia yang terkena kasus “The Panama Papers”. PT. Ciputra Development Tbk terduga melakukan penghindaran pajak yaitu dengan menyembunyikannya kekayaannya yang mencapai USD 1,6 Miliar atau setara dengan Rp 21,6 triliun (kurs Rp 13.538) dengan tujuan menghindarinya pajak nnegara.

Dengan pernyataan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property*.

2. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengolahan datanya dilakukan dengan program SPSS dengan hasil analisis regresi sebagai berikut:

TABEL 1. HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.658	.207		3.176	.003
	SG	1.551	.573	.404	2.708	.011
	CET	.945	.484	.291	1.952	.059
	R					

Sumber: Hasil *output* SPSS

Berdasarkan dengan data tabels 1 dapat diketahui persamaan regresi dari pengungkapan tax avoidance dan sales growth adalah sebagai berikut:

$$NP = 0,658 + 1,551 SG + 0,945 TA + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas, maka masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta 0,658 artinya, jika *sales growth* (X1) dan *tax avoidance* (X2) bernilai 0, maka nilai perusahaan (Y) akan bernilai konstan sebesar 0,658
2. Setiap kenaikan *sales growth* (X1) 1 satuan sedangkan variabel *tax avoidance* (X2) konstan, maka akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan (Y) sebesar 1,551.
3. Setiap kenaikan *tax avoidance* (X2) 1 satuan sedangkan variabel *sales growth* (X1) konstan, maka akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,945.

Berikut merupakan hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 2. HASIL UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.418	2	2.209	6.566	.004 ^a
	Residual	11.103	33	.336		
	Total	15.521	35			
a. Predictors: (Constant), CETR, SG						
b. Dependent Variable: TOBIN'S						

Sumber : Hasil *output* SPSS

Berdasarkan pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar $0,004 \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari *Sales Growth* (X1) dan *Tax avoidance* (X2) secara bersama-sama berpengaruh

terhadap Nilai Perusahaan pada taraf signifikansi 5%.

Berikut merupakan hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3. HASIL UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.658	.207		3.176	.003
	SG	1.551	.573	.404	2.708	.011
	CETR	.945	.484	.291	1.952	.059

a. Dependent Variable: TOBIN'S

Sumber : Hasil output SPSS

1. Tabel Uji t diatas nilai signifikansi *Sales Growth* sebesar (0,011 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. Tabel Uji t diatas nilai signifikansi *Tax avoidance* sebesar (0,059 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

TABEL 4. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.285	.241	.580052

a. Predictors: (Constant), CETR, SG
b. Dependent Variable: TOBIN'S

Sumber: Hasil output SPSS

Pada tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Rsquare* sebesar 0,285 maka koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Kd = R^2 \times 100\% = 0,285 \times 100\% = 28,5\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka diperoleh nilai koefisien determinasinya sebesar 28,5%. Artinya, besarnya pengaruh *sales growth* dan *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan adalah 28,5%. Sedangkan 71,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

TABEL 5. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	(Constant)		
	SG	.404	.450
	CETR	.291	.355

Sumber: Hasil output SPSS

Dari hasil tabel diatas, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yakni sebagai berikut:

$$Sales\ Growth = 0,404 \times 0,450 = 0,1818 = 18,18\%$$

$$Tax\ avoidance = 0,291 \times 0,355 = 0,1033 = 10,33\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa variabel *sales growth* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 18,18% dan *tax avoidance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 10,33%.

B. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujiannya hipotesis dari uji t menunjukkan bahwa *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikan *tax avoidance* sebesar 0,059 > 0,05 maka hipotesis kedua ditolak. Artinya praktik *tax avoidance* yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi persepsinya seseorang atau investor terhadap perusahaannya, sehingga investor akan tetap menanamkan modalnya tanpa memperhatikan praktik-praktik yang dilakukan sebuah perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasiwi (2015:6) dan Tarihoran (2016:162). Hasil penelitian yang diperoleh berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena secara umum, investor tidak akan memperhitungkan besarnya pajak atau penghindaran pajak yang dibayarkan perusahaan. Sebab investor hanya akan memilih perusahaan yang memiliki labanya yang tinggi dan relatif stabil. Oleh sebab itu, meskipun perusahaan yang bersangkutan melakukan penghindaran pajak atau tidak sama sekali investor tidak akan menarik investasinya. Dengan demikian kesimpulannya adalah tidak akan ada dampak antara ada atau tidak adanya kegiatan penghindaran pajak yang dilakukan. Nilai perusahaan juga bisa terjadi karena berbedanya indikator atau alat ukur yang digunakan oleh peneliti seperti penelitian yang di lakukan Eka Risty Agustina (2018).

C. Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari uji t menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikan *sales growth* sebesar $0,011 \leq 0,05$ maka hipotesis pertama diterima. Hasil ini menunjukkan *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bersifat positif yang berarti apabila *sales growth* dalam perusahaan mengalami peningkatan maka nilai perusahaan pun akan tinggi begitupun sebaliknya.

Sales growth menggambarkan tingkat penjualan setiap tahunnya. *Sales growth* memiliki pengaruh dalam proses peningkatannya nilai perusahaan. Karena dari peningkatan *sales growth* yang tinggi akan memiliki kemampuannya dalam memberikannya tingkat pengembalian investasi saham kepada investor dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Sharon dkk, 2015). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriyatni (2013) Sukaria (2015) dan Kusumajaya (2011) yang menyimpulkan bahwa *sales growth* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Karena pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal yang positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa:

Tingkat *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property, real estate dan building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

Tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property, real estate dan building construction* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2019.

V. SARAN

Adapun saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang relevan
2. Bagi Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian perusahaan dengan sub sector karakteristik yang lebih beragam supaya dapat membandingkan setiapn sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Bagi Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan proksi indikator yang berbeda untuk masing-masing variabel

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina, Eka Risty. 2018. *Analisis Pengaruh*
- [2] *Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dan Biaya Agensi Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi*. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang
- [3] Dramawan, ID.K. ALit. 2015. n “*Pengaruh Risiko Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan padan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Property*”. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, VoL.20, No.2, Agustus 2015, Universitas Udayana
- [4] Dyreng, S., Hanlon, M., Maydew, E.L. 2008. *Long-run corporate tax avoidance*. *The Accounting Review*, 83(1).
- [5] Kasmir. 2016. *Analisis Iaporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [6] Harmono. 2017. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Edisi 1, Bumi Aksara. Jakarta.
- [7] Nurhayati, Astri Novitasari & Edi sukarmanto. 2019. *Pengaruh Return On Asset, Leverage, Ukuran Komite Audit dan Kompetensi Komite Audit terhadap Tax Avoidance (Pada Perusahaan Jasa Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia Selama Periode 2012-2014)*. E-Jurnal ISSN: 2460-6561. Universitas Islam Bandung
- [8] Nurhayati, Diamonalisa Sofianty & Lestari Purnamasari .2019. *Pengaruh Kualitas Laba dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015)*. E-Jurnal ISSN: 2460-6561. Universitas Islam Bandung
- [9] Pohan, Chairil Anwar. 2016. *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- [10] SaLvatore, D. 2005. *Managerial Economics*. Singapore: Thomson Learning.
- [11] Sofianty, D., & Lena Herlina. 2020. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance*. *Kajian Akuntansi Volume 21 No.2 September 2020*. Universitas Islam Bandung. PP 270-288.