



**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, *SALES GROWTH*, DAN *TAX
AVOIDANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI
EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2020 – 2023)**

SKRIPSI

Oleh :

NATALIA

20200100085

**PROGRAM SUTDI AKUNTANSI
KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN
PERPAJAKAN**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2025



**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, *SALES GROWTH*, DAN *TAX
AVOIDANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI
EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2020 – 2023)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma Tangerang
Jenjang Pendidikan Strata 1**

Oleh :

NATALIA

20200100085

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2025

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Natalia
NIM : 20200100085
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 04 Maret 2025

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Peng Wi, S.E., M.Ak
NUPTK : 3938754655130212



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt
NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Natalia

NIM : 20200100085

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi (S.Ak.)**.

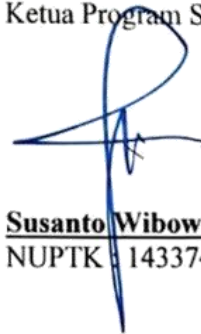
Tangerang, 01 Juli 2025

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Program Studi,



Peng Wi, S.E., M.Ak

NUPTK : 3938754655130212

Susanto Wibowo, S.E., M.Ak

NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Natalia
NIM : 20200100085
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)


Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 04 Maret 2025

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Peng Wi, S.E., M.Ak
NUPTK : 3938754655130212


Susanto Wibowo, S.E., M.Akt
NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Natalia
NIM : 20200100085
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat "**DENGAN PUJIAN**" oleh Tim Penguji pada hari Kamis, tanggal 14 Agustus 2025.

Nama Penguji Tanda Tangan

Ketua Penguji : **Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.**
NUPTK : 9759751652230072

Penguji I : **Rina Aprilyanti, S.E., M.Akt.**
NUPTK : 4740764665230302

Penguji II : **Sugandha, S.E., M.M.**
NUPTK : 4537754655131143

Dekan Fakultas Bisnis



Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NUPTK : 9759751652230072



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau Pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan Keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma

Tangerang, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Natalia

NIM : 20200100085

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20200100085
Nama : Natalia
Jenjang Studi : Strata 1
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan & Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul : “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dhrama berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, menglola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Agustus 2025
Penulis



(Natalia)

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, *SALES GROWTH* DAN *TAX AVOIDANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor dalam menilai prospek dan kinerja suatu perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2020-2023. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi, dengan jumlah sampel sebanyak 88 perusahaan melalui teknik *purposive sampling*.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji parsial dan uji f simultan dimana pengelolaan data dilakukan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas, *leverage* dan *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas, ukuran perusahaan dan *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, *sales growth* dan *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Tax Avoidance*, Nilai Perusahaan

***THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, LIQUIDITY, FRIM SIZE,
SALES GROWTH AND TAX AVOIDANCE ON FIRM VALUE (AN
EMPIRICAL STUDY ON CONSUMER GOODS MANUFACTURING
COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR
THE PERIOD 2020-2023)***

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of profitability, leverage, liquidity, firm size, sales growth, and tax avoidance on firm value. Firm value is an important indicator for investors in assessing a company's prospects and overall performance.

The research adopts a quantitative approach using secondary data derived from annual financial reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2023. The population in this study consists of consumer goods manufacturing companies, with a total sample of 88 companies selected through purposive sampling.

The analysis method used is multiple linear regression, along with partial (t-test) and simultaneous (F-test) hypothesis testing. Data were processed using SPSS version 25. The results show that, partially, profitability, leverage, and sales growth have a significant effect on firm value. Meanwhile, liquidity, firm size, and tax avoidance do not have a significant effect. However, simultaneously, all independent variables have a significant influence on firm value.

Keywords : Profitability, Leverage, Liquidiy, Firm Size, Sales Growth, Tax Avoidance, Firm Value

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Sales Growth dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)**”. Skripsi ini dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi akuntansi fakultas bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik tentunya karena bantuan dari berbagai pihak yang membantu penulis selama penyusunan skripsi ini serta memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Limanjatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.

4. Bapak Peng Wi, S.E., M.Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bapak Sutandi, S.E., M.Akt. yang telah sabar dalam membantu penulis selama proses pengajuan kembali kuliah serta selalu membantu penulis selama proses perkuliahan.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Diri penulis sendiri yang selalu semangat dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
8. Teristimewah kepada orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moral ataupun moril serta doa, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Vija Nanda selaku *partner* hidup dan orang yang selalu ada untuk penulis, terimakasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan penulis, terimakasih telah menjadi rumah serta menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, memberikan dukungan tanpa henti, memberikan semangat, dan selalu meyakinkan penulis bahwa penulis bisa mencapai semua impian – impian penulis, *you have done too much good for me, thank you for trying for me.*
10. Teman dekat penulis yaitu Stevanni, Graciela Winata, Silvi, Meliana, Tarissa, Dellisya, Pricillia, Caroline dan Lisa serta teman satu bimbingan dan satu kampus penulis yaitu Regita Octaviana dan Katarina Angela tidak

lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada rekan kantor penulis dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi.

11. Ueno Family (Pak Bambang, Umma Mega, Natsuki serta Ritsuki) yang selalu memberikan hiburan dan selalu menjadi moodbooster disaat peneliti lelah.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis, sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan untuk membantu penulis di masa yang akan datang.

Penulis juga ingin memohon maaf sebesar-besarnya, apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif sebagaimana mestinya. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Tangerang, 14 Juli 2025



Natalia

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12

C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Gambaran Umum Teori	18
1. <i>Grand Theory</i>	18
1. Teori <i>Signaling</i>	18
2. Teori <i>Agency</i>	20
2. Pengertian Akuntansi Keuangan.....	22
3. Pengertian Laporan Keuangan	23
4. Tujuan dan Sifat Laporan Keuangan	25
5. Nilai Perusahaan.....	26
A. Pengertian Nilai Perusahaan	26
B. Pengukuran Nilai Perusahaan.....	28
6. Profitabilitas	30
A. Pengertian Profitabilitas	30
B. Pengukuran Profitabilitas	32
7. <i>Leverage</i>	36
A. Pengertian <i>Leverage</i>	36
B. Pengukuran <i>Leverage</i>	37
8. Likuiditas.....	41
A. Pengertian Likuiditas	41
B. Pengukuran Likuiditas.....	42
9. Ukuran Perusahaan	44
A. Pengertian Ukuran Perusahaan	44
B. Klasifikasi Ukuran Perusahaan	46
C. Pengukuran Ukuran Perusahaan.....	47
10. <i>Sales Growth</i>	47
A. Pengertian <i>Sales Growth</i>	47
B. Pengukuran <i>Sales Growth</i>	48

11. <i>Tax Avoidance</i>	49
A. Pengertian <i>Tax Avoidance</i>	49
B. Karakteristik <i>Tax Avoidance</i>	51
C. Pengukuran <i>Tax Avoidance</i>	52
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	52
C. Kerangka Pemikiran	61
D. Perumusan Hipotesa	62
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Jenis Penelitian	70
B. Objek Penelitian.....	70
C. Jenis dan Sumber Data.....	71
1. Jenis Data	71
2. Sumber Data	71
D. Populasi dan Sampel.....	72
1. Populasi	72
2. Sampel	72
E. Teknik Pengumpulan Data.....	73
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	74
1. Variabel Independen	74
2. Variabel Dependen	77
G. Teknik Analisis Data.....	78
1. Uji Statistik Deskriptif.....	78
2. Uji Asumsi Klasik	79
3. Uji Regresi Linear	84
4. Pengujian Hipotesa.....	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	89
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	89
1. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan).....	91
2. Variabel Independen	95
B. Analisis Hasil Penelitian.....	122
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	122
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	126

3. Hasil Analisis Uji Regresi Linear	132
4. Pengujian Hipotesa.....	135
BAB V PENUTUP	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Saran	152

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN RISET

LAMPIRAN

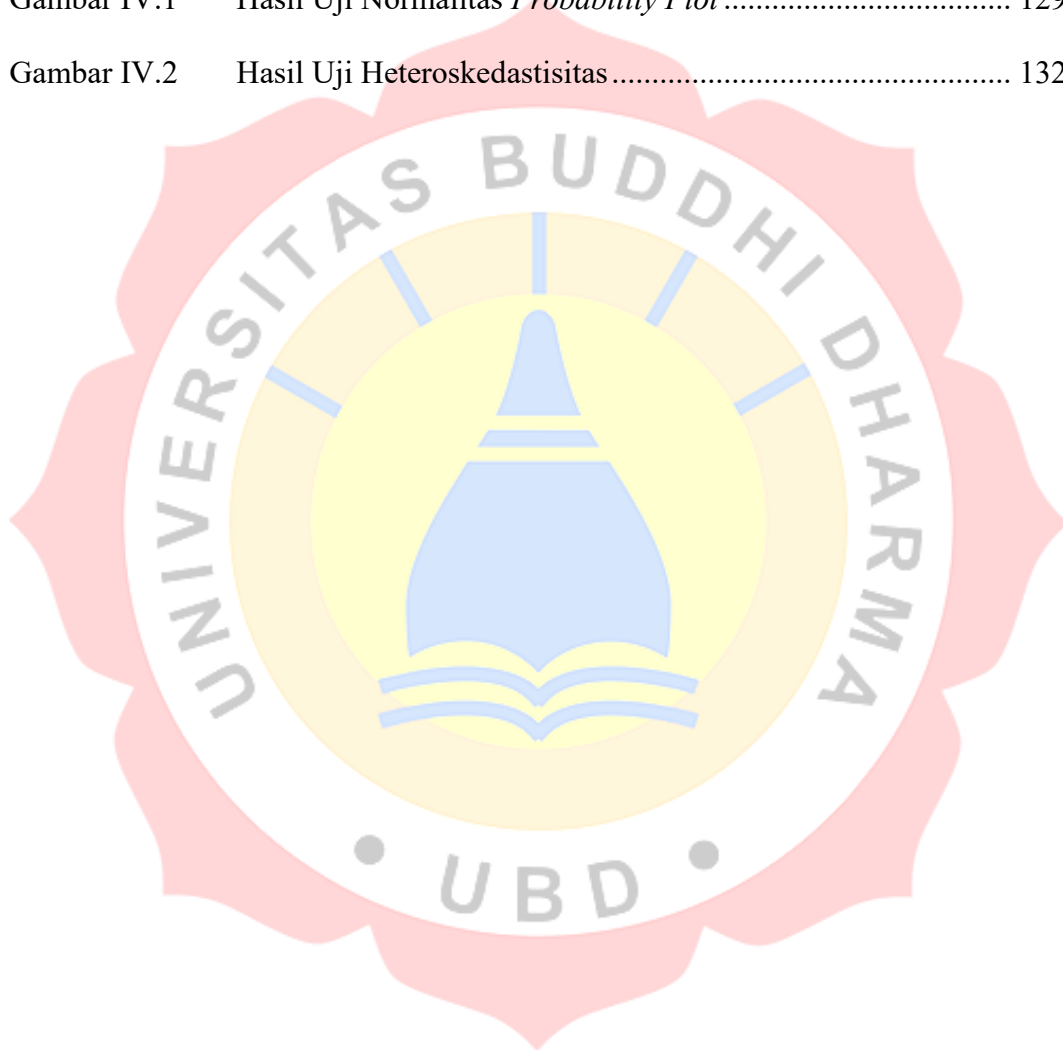


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1	Kriteria Ukuran Perusahaan 45
Tabel II.2	Hasil Penelitian Terdahulu 50
Tabel III.1	Variabel Oprasi dan Pengukuran..... 71
Tabel IV.1	Tahap Seleksi Metode <i>Purposive Sampling</i> 91
Tabel IV.2	Hasil Selksi Sample 91
Tabel IV.3	Tabulasi Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan 93
Tabel IV.4	Tabulasi Hasil Perhitungan Profitabilitas 97
Tabel IV.5	Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Leverage</i> 101
Tabel IV.6	Tabulasi Perhitungan Likuiditas 105
Tabel IV.7	Tabulasi Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan 110
Tabel IV.8	Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Sales Growth</i> 114
Tabel IV.9	Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Tax Avoidance</i> 118
Tabel IV.10	Hasil Analisis Deskriptif 123
Tabel IV.11	Hasil Uji Normalitas 127
Tabel IV.12	Hasil Uji Multikolinearitas 130
Tabel IV.13	Hasil Uji Autokorelasi 133
Tabel IV.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda 134
Tabel IV.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi 137
Tabel IV.16	Hasil Uji t Parsial 138
Tabel IV.17	Hasil Uji F Simultan 141

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1	Fluktuasi Harga Saham Index Harga Saham Gabungan..... 2
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran 62
Gambar IV.1	Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> 129
Gambar IV.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas 132



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Daftar Sampel Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Tahun 2020-2023
Lampiran II	Data Hasil Penelitian Variabel Profitabilitas
Lampiran III	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Leverage</i>
Lampiran IV	Data Hasil Penelitian Variabel Likuiditas
Lampiran V	Data Hasil Penelitian Variabel Ukuran Perusahaan
Lampiran VI	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Sales Growth</i>
Lampiran VII	Data Hasil Penelitian Variabel <i>Tax Avoidance</i>
Lampiran VIII	Data Hasil Penelitian Variabel Nilai Perusahaan
Lampiran IX	Hasil Olah Data SPSS Versi 25
Lampiran X	Grafik Tabulasi Annual Report
Lampiran XI	Laporan Keuangan
Lampiran XII	Tabel Persentase Distribusi t
Lampiran XIII	Tabel Persentase Distribusi F

BAB I

PENDAHULUAN

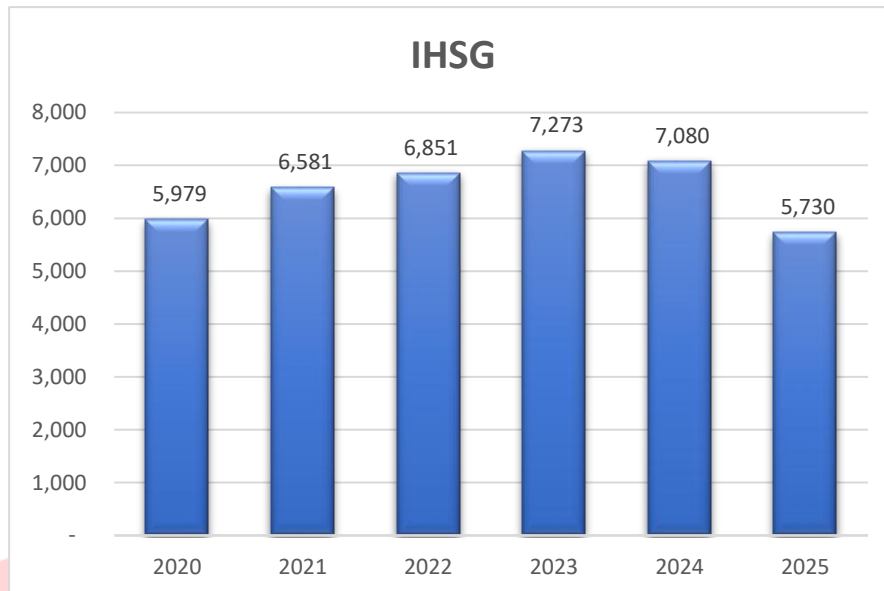
A. Latar Belakang Masalah

Nilai Perusahaan dapat diartikan sebagai salah satu hal yang dapat menggambarkan kondisi suatu perusahaan kepada para investor, yang menyebabkan setiap pemilik perusahaan akan berusaha untuk menunjukkan kinerja yang baik agar calon investor tertarik dan dapat menanamkan modal di perusahaan tersebut. Nilai Perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan adanya nilai perusahaan maka para investor yang ingin menanamkan modalnya akan mengetahui kesehatan keuangan perusahaan tersebut. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan juga menunjukkan peningkatan kinerja suatu perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang menjadi tujuan suatu perusahaan .

Fluktuasi harga saham terkadang merupakan kejadian yang menarik untuk dibicarakan sehubungan dengan subjek kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. Indeks Harga Saham Gabungan (ISHG) di bawah ini menunjukkan keadaan pasar saham atau kinerja saham di bursa efek.

Gambar I.1

Fluktasi Harga Saham Index Harga Saham Gabungan



Sumber : www.idx.co.id

Dari gambar IHSG diatas dapat disimpulkan bahwasannya pada tahun 2020 sampai dengan 2025 IHSG mengalami kenaikan dan penurunan disetiap tahunnya, dimana pada tahun 2020 ke 2021 mengalami kenaikan pada harga saham dari Rp. 5.979 menjadi Rp. 6.581, yang kemudian mengalami kenaikan kembali pada tahun 2022 menjadi Rp. 6.851 dan mencapai titik harga saham tertinggi pada tahun 2023 sebesar Rp. 7.273, akan tetapi pada tahun 2024 mengalami penuruna IHSG menjadi Rp. 7.080 atau sebesar 2,65% dan pada tahun 2025 per tanggal 07 April 2025 IHSG kembali mengalami penurunan yang signifikan sebesar Rp. 5.730 atau sebesar 19,07% dimana nilai ini merupakan nilai terendah IHSG dalam 5 tahun terakhir yaitu dari 2020-2025.

Fenomena selanjutnya terjadi pada PT Gudang Garam Tbk yang kembali mengalami masalah penurunan pada harga sahamnya GGRM, di mana pada sesi 1 perdagangan 6 Agustus 2024 pada pukul 09.52 saham perusahaan ini tercatat turun -0.67% ke Rp. 14.925 jatuh kebawah Rp. 15.000 yang merupakan harga saham terendahnya dalam 10 tahun terakhir. Dalam satu bulan sekali saham GGRM jatuh sebanyak 12.97% dan dalam periode year to date (ytd) anjlok menjadi 28.25%. Padahal dulunya saham GGRM ini pernah menembus harga Rp. 90.000 dan pernah menyentuh Rp. 100.000 dalam perdagangan *intraday* pada 4 Maret 2019. Saham Gudang Garam (GGRM) jatuh dengan seiring melemahnya kinerja keuangan perseroan sepanjang semester I -2024. Gudang Garam (GGRM) mencatat laba yang dapat didistribusikannya kepada pemilik entitas induk hanya sebesar Rp. 925.51 miliar sepanjang semester I – 2024, angka ini mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 71.85% dari Rp. 3.28 triliun pada periode yang sama tahun 2023 lalu. Dalam kasus ini laba per saham GGRM juga turun menjadi Rp 481 per juni 2024, dari Rp. 1.709 per periode akhir Juni 2023. Penurunan laba Gudang Garam ini disebabkan oleh melemahnya penerimaan pendapatan dari Rp 55.85 triliun menjadi Rp. 50.01 triliun. Sementara itu sebelumnya telah diberitakan bahwasannya GGRM melakukan penyesuaian pada harga *ex-factory* (harga pokok penjualan barang dari pabrik penjual) sebanyak dua kali pada bulan Maret dan Mei 2024 akan tetapi volume penjualan tetap diperkirakan lemah, disebabkan ekspektasi pada peningkatan volume yang didorong oleh pemilu kuartal I-2024 gagal terwujud. Dan pada 2023, volume penjualan rokok emite berkode saham GGRM tersebut

terpangkas 25.6% yoy, dengan mangsa pasar lebih rendah 21.2% dibandingkan tahun 2022 yang menyentuh 25.5%. (www.INVESTOR.ID.com)

Selanjutnya pada nilai saham PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kembali mengalami penurunan atau keterpurukan dalam zona merah pada perdagangan Jumat, 21 Februari 2025 setelah mencatatkan penurunan harga yang signifikan. Pada perdagangan ini (21/02), harga saham UNVR turun sebesar 4,44% ke Rp. 1.290 per saham, setelah sebelumnya berada di harga Rp. 1.345 per saham pada awal pembukaan perdagangan. Ketersediaan total kapitalis pasar UNVR kini hanya tersisa Rp. 51,5 triliun, sangat jauh berkurang jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sampai menyentuh Rp. 134,67 triliun. Didasarkan pada data yang diterima dari Bursa Efek Indonesia (BEI), saham UNVR pada (21/02) diperdagangkan sebanyak 6.779 kali, dengan total volume transaksi yang mencapai jumlah Rp. 27,15 juta lembar dan total nilai perdagangan sebesar Rp. 36,84 miliar. Meskipun saham UNVR turun secara terus menerus sepanjang tahun 2025, belum ada keterangan yang diberikan secara resmi dari pihak manajemen, yang terkait pada penurunan harga saham UNVR tersebut. (www.IDNFINANCIALS.com)

Adapun fenomena terakhir terjadi pada PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF), yang ditutup dengan harga yang merah, di saat index harga saham gabungan (IHSG) naik 0,60% ke harga 6.438 pertanggal 17 April 2025. Pada Kamis, (17/04) saat bursa menutup perdagangan akhir, harga saham KLBF yaitu 1.200 per saham, jika dibandingkan dengan penutupan saham KLBF pada Rabu, 16 April 2025 yaitu 1.255 per saham, harga saham tersebut mengalami penurunan

sebesar 4,38%. Dengan akumulasi yg tercatat pada Kamis (17/04) harga tertinggi saham KBLF berada di 1.260, dengan harga terendah yang tercatat yaitu Rp. 1.185, sehingga saham KBLF ditutup turun sebesar Rp. 55 per saham dalam satu hari. (www.Kontan.com)

Menurut hasil penelitian Ameliana Putri, Carolyn Lukita, dan Devi Astriani (2023), profitabilitas berdampak positif dan signifikan bagi nilai perusahaan. Artinya, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwasannya bisnis tersebut kemungkinan dibiayai oleh hutang yang kecil. Selain itu, dampak positif dari profitabilitas bagi nilai perusahaan dapat memberikan wawasan tentang kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, semakin besar nilai perusahaan, semakin pasti untuk bertahan hidup, dan semakin menguntungkan untuk menghasilkan uang. berbanding terbalik dengan hasil sebuah penelitian yang dilakukan oleh Imnana, Siaila, dan Wenno (2023), yang menyimpulkan bahwasannya profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan dimana dalam hal ini perusahaan yang mendapatkan profitabilitas yang tinggi cenderung memprioritaskan laba tersebut untuk *retained earnings* (laba ditahan), bukan untuk dibagikan kepada pemegang saham melalui deviden. Jika laba bersih yang didapatkan perusahaan semakin tinggi, maka laba yang ditahan perusahaan juga akan semakin tinggi, yang berakibat pada sedikitnya laba yang dibagikan kepada pemegang saham. Karena minimnya keuntungan yang dibagikan kepada investor, maka investor akan cenderung beranggapan bahwa perusahaan tidak melakukan usaha yang maksimal untuk mensejahterakan pemegang saham.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Eko Edy Susanto (2023) leverage secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Penggunaan hutang oleh suatu bisnis untuk membiayai kegiatannya dikenal sebagai leverage. Leverage juga menunjukkan seberapa baik perlengkapan bisnis untuk membayar utangnya jika harus dilikuidasi. Dengan kata lain, nilai perusahaan dapat naik atau turun tergantung pada seberapa besar leverage yang dimilikinya. Tingginya leverage memberi sinyal positif mengenai prospek perusahaan, sehingga menarik minat investor dan mendorong peningkatan permintaan saham. Melalui leverage yang tinggi, perusahaan dapat meraih keuntungan yang lebih besar dengan memanfaatkan dana yang berasal dari pinjaman, atau dengan menggunakan aset yang didanai oleh utang. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kegiatan operasionalnya, sehingga pada akhirnya profit yang diperoleh pun meningkat. Sebaliknya, temuan riset Fitriani, Gunarso, dan Dewi (2023) menunjukkan bahwasannya leverage tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi nilai leverage maka akan semakin turun juga nilai perusahaannya. Oleh karena itu penggunaan utang harus dibatasi alangkah lebih baik juga jika manajemen lebih memanfaatkan pendanaan. Besar kecilnya leverage tidak ada hubungannya dengan nilai perusahaan atau dengan kata lain leverage tidak dapat dikelola untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Peningkatan kekuatan Likuiditas akan mengarah pada peningkatan nilai perusahaan yang sesuai, seperti yang diperlihatkan dalam penelitian Bagus Widiyanto (2023). berarti apabila likuiditas mengalami kenaikan maka nilai

perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Sehingga semakin tinggi tingkat nilai likuiditas suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga kewajiban yang harus ditanggung perusahaan dengan menggunakan aktiva lancar, maka demikian kepercayaan masyarakat juga akan semakin meningkat.. Berbanding terbalik dengan penelitian yang menunjukkan bahwasannya Likuiditas tidak berpengaruh pada nilai-nilai yang kokoh (Chika Calista, Peng Wi, 2022) karena pada dasarnya likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya karena nilai utang yang sedikit dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun saat perusahaan memiliki nilai likuiditas tinggi juga belum tentu mampu membayar kewajiban jangka pendeknya dikarenakan aktiva lancar yang tidak menguntungkan perusahaan, bahwa ada banyak dana perusahaan yang mengganggu seperti saldo piutang yang besar yang kemungkinan sulit untuk ditagih dan hal ini yang pada akhirnya mengurangi kemampuan laba perusahaan. Sehingga tinggi rendahnya rasio ini tidak akan mempengaruhi minat investor untuk menginvestasikan dananya.

Ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, oleh karena itu bisnis dengan banyak aset memiliki peluang lebih baik untuk menghasilkan keuntungan yang menguntungkan dan tahan lama, menurut penelitian (Octaviani dan Gultom 2023). Investor percaya bahwasannya memaksimalkan pendapatan dividen membutuhkan kondisi keuangan yang sehat. Hal ini kontras dengan temuan studi Putri Agustina Canjaya (2024), yang menunjukkan bahwasannya ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada

nilainya karena perusahaan besar memang stabil dan mampu untuk memberikan deviden yang besar kepada investor namun perusahaan kecil juga berusaha untuk mendapatkan laba yang optimal kepada investor. Jadi, investor dalam berinvestasi tidak melihat besar ataupun kecilnya Perseroan, yang lebih dilihat oleh investor apakah perusahaan tersebut mampu memberikan keuntungan yang besar bagi investor.

Menurut hasil penelitian (Arum, Hidayat, and Supardi 2023) Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan sendiri dianggap sebagai keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan perubahan nilai penjualan laba bersih yang dapat meningkat pada laporan keuangan tahunan. Pertumbuhan penjualan yang stabil serta berkelanjutan biasanya akan dapat menghasilkan peningkatan pendapatan suatu perusahaan, dimana akan menimbulkan kepercayaan investor serta akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor akan menanamkan modalnya. Di sisi lain hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Suhelim Lim, Wibowo, and Susanti (2023) mengklaim bahwasannya perusahaan atau korporasi tidak terpengaruh oleh pertumbuhan penjualan karena pemegang saham beranggapan pendapatan perusahaan masih dikurangkan dengan beban serta biaya operasional sehingga hasil pertumbuhan penjualan belum final. Pertumbuhan penjualan yang semakin besar meningkatkan pula berbagai biaya. Disamping itu, meningkatnya pertumbuhan penjualan tidak selalu diikuti dengan laba yang lebih tinggi.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliandana, Junaidi, and Ramadhan (2022) , penghindaran pajak atau *tax avoidance* berdampak pada nilai perusahaan karena dapat ditentukan dengan melihat tarif pajak efektif tunai dari bisnis tersebut. Sebuah perusahaan dikatakan sangat agresif pada pajak jika tarif efektif kasnya lebih rendah dari atau sama dengan tarif pajak 25% sesuai peraturan pemerintah terkait. Hal ini akan berpengaruh pada perubahan nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan hipotesis keagenan, yang menyatakan bahwasannya nilai perusahaan dapat dinaikkan jika manajemennya memilih untuk melakukan penghindaran pajak dengan memantau dan menanamkan. Menurut hasil penelitian tersebut, penghindaran pajak tingkat tinggi dapat menjadi indikasi nilai perusahaan yang tinggi, yang akan mendorong investor untuk bereaksi dan meningkatkan nilai perusahaan. Bertolak belakang dengan hasil penelitian Suhelim Lim, Wibowo, dan Susanti (2023), yang mengklaim bahwasannya penghindaran pajak atau *tax avoidance* tidak berdampak pada nilai perusahaan karena tingginya tingkat *tax avoidance* memperlihatkan jumlah yang banyak pada instansi yang mempunyai arus kas keluar terhadap pembayaran pajak yang tinggi. Nilai suatu-instansi tidak ditetapkan dari tinggi ataupun rendahnya aktivitas *tax avoidance*. Tarihoran (2016) menyatakan hal ini bisa terjadi sebab kebanyakan investor hendak cenderung untuk tidak mengamati besarnya pajak dibayar instansi maka tidak dihiraukan atas pertimbangan besarnya aksi *tax avoidance* oleh instansi.

Hasil penelitian yang dilaukan oleh Avita Kirani Putria (2025) menunjukkan bahwasannya struktur modal berdampak positif pada nilai

perusahaan. Artinya, struktur modal yang tinggi akan menunjukkan kepada investor bahwasannya perusahaan memiliki prospek yang menjanjikan, yang akan mendorong permintaan saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Karena uang tunai yang besar dapat melindungi bisnis dari kerugian operasional, hal itu juga dapat mendorong investasi baru. Di sisi lain, penelitian Chika Callista (2022) menunjukkan bahwasannya struktur modal tidak berpengaruh bagi nilai perusahaan karena menurut teori MM (Modigliani dan Miller) penggunaan hutang yang tinggi menyebabkan resiko yang tinggi pula atas biaya kebangkrutan, biaya keagenan, dan pajak. Perusahaan akan berhutang sampai pada tingkat hutang tertentu, dimana penghematan pajak dari tambahan hutang sama dengan biaya kesulitan keuangan. Biaya kesulitan keuangan merupakan biaya kebangkrutan dan biaya keagenan yang akan meningkat akibat dari turunnya kredibilitas perusahaan. Sehingga dalam teori trade – off menjelaskan bahwa saat berada titik maksimum hutang akan meningkatkan nilai perusahaan namun setelah melebihi titik maksimum penggunaan hutang oleh perusahaan akan menyebabkan menurunnya nilai perusahaan akibat dari biaya kesulitan pada perusahaan otomotif.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh kebijakan dividen, semakin banyak dividen yang dibayarkan, semakin besar dampak pada harga saham perusahaan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Suhelim Lim, Wibowo, dan Susanti (2023). Jika dividen yang diberikan memiliki tren meningkat maka hal tersebut menunjukkan bahwasannya laba perusahaan cukup besar dan memberi sinyal positif kepada investor. Sedangkan menurut penelitian yang

dilakukan (Dwiwahyu and Lisna 2024) mengungkapkan bahwasannya kebijakan dividen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan penelitian ini mendukung teori kebijakan tidak relevan (irrelevance theory of dividend) dari Modigliani dan Miller (1958) dalam makalahnya yang berjudul “The Cost of Capital, Corporation Finance, and the Theory of Investment”. Hal ini dikarenakan ketika perusahaan membayarkan dividen maka otomatis harga saham ikut menurun sebesar mengikuti besaran dividen yang dibayarkan, sehingga saham yang dimiliki pemegang saham akan banyak juga apabila dividen dibayarkan dalam bentuk saham. Perusahaan yang tidak membagikan dividen, maka pemegang saham juga dapat memperoleh dividennya sendiri dengan cara menjual sahamnya. Selain itu, MM juga menyatakan bahwa apabila perusahaan tidak membagikan dividen dan menyimpan keuntungan dalam rangka digunakan untuk investasi-investasi proyek perusahaan karena memiliki lebih banyak dana yang tersedia, maka nilai perusahaan akan naik karena investasi yang menguntungkan tersebut berimbas juga pada naiknya harga saham yang mencerminkan kenaikan nilai perusahaan

Sesuai fenomena yang dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, SALES GROWTH DAN TAX AVOIDANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020 – 2023”***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi hal – hal sebagai berikut :

1. Adanya penurunan kinerja keuangan dalam menghasilkan laba pada beberapa perusahaan dikarenakan melemahnya penjuala serta kenaikan pada harga *ex-factory*.
2. Penurunan nilai saham yang terus – menerus dikarenakan adanya berbagai isu atau faktor negatif, salah satunya dengan adanya isu geopolitik, persaingan yang semakin ketat, serta laporan keuangan yang mencerminkan penurunan pada penerimaan laba bersih
3. Adanya penurunan pendapatan yang menyebabkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turun khususnya pada tahun 2025.
4. Adanya perusahaan besar seperti PT. Gudang Garam Tbk dan PT. Uniliver Indonesia Tbk yang mengalami penurunan dalam harga sahamnya meskipun sebelumnya pernah memiliki performa yang kuat dimasa lalu
5. Adanya penurunan harga saham pada PT Kalbe Farma pada saat Indeks Harga Saham Gabungan naik.
6. Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan di pasar saham ialah, perusahaan harus memiliki nilai perusahaan yang baik.

C. Rumusan Masalah

Sesuai pemahaman yang tertera di latar belakang penelitian, adanya mengenai permasalahan yang diambil dalam penelitian, yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
3. Apakah likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
5. Apakah *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
6. Apakah *tax avoidance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?
7. Apakah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan *tax avoidance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian, yang berlandaskan pada rumusan masalah yang terdapat diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
5. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
6. Untuk mengetahui pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023
7. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, *sales growth* dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan

pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020 – 2023.

E. Manfaat Penelitian

Dengan memahami hubungan yang terjadi antar variabel, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya dalam meneliti topik berkaitan dengan nilai perusahaan.

b. Bagi perusahaan,

- 1) Dapat memberikan referensi dan informasi kepada para pengambil keputusan agar dapat menjadi bahan masukan oleh perusahaan untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan nilai perusahaan.
- 2) Berkontribusi dalam memberikan bukti empiris mengenai faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi terkait faktor faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh investor/pemegang saham dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar menyajikan informasi secara jelas, maka penelitian ini terbagi menjadi lima bab dengan menggunakan pendekatan sistematis, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas terkait latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas terkait gambaran umum tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas terkait jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas terkait deskripsi hasil data penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas terkait kesimpulan dan saran yang diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambar Umum Teori

1. Grand Theory

1) Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Gagasan pensinyalan adalah salah satu yang dapat diterapkan pada nilai perusahaan. Dalam karyanya yang berjudul *Sinyal Pasar Kerja*, Spence awalnya mengemukakan teori sinyal, kadang-kadang dikenal sebagai teori pensinyalan. Pihak pemberi atau pemilik materi berusaha menyampaikan sedikit informasi terkait yang dapat digunakan oleh pihak penerima, menurut Spence (1973) dalam Nursanita (2019:157). Penerima kemudian akan mengubah tindakannya sesuai cara menafsirkan sinyal.

Teori pensinyalan mengkaji bagaimana bisnis harus berkomunikasi dengan mereka yang menggunakan rekening keuangan mereka, menurut Ratnasati et al. (2017). Informasi tentang langkah-langkah yang telah diambil manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik bertindak sebagai sinyal. Sinyal dapat dikirim melalui promosi atau data lain yang menunjukkan bahwasannya bisnis berkinerja lebih baik daripada organisasi yang sebanding. Sementara itu, Brigham dan Houston (2016:184) menjelaskan bahwasannya signaling theory merefleksikan perilaku manajemen dalam menyampaikan petunjuk

bagi investor mengenai pandangan mereka kepada prospek perusahaan di masa mendatang.

Sinyal disini dapat berupa informasi dari perusahaan yang berupa laporan keuangan yang telah dipublikasikan atau berupa catatan – catatan lain yang dimiliki oleh perusahaan. Harga saham dan total saham yang diperdagangkan dapat diperoleh dari laporan keuangan yang sudah dipublikasikan perusahaan atau dapat diperoleh secara harian melalui website tertentu. Para pengguna internal atau para manajemen memiliki kontak langsung dengan entitas atau perusahaannya dan mengetahui peristiwa – peristiwa signifikan yang sudah terjadi, sehingga tingkat ketergantungannya pada informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal. Keadaan yang dikenal sebagai asimetri informasi akan dihasilkan dari keadaan ini, di mana manajemen, sebagai pemasok informasi (*prepaper*), dan pemegang saham serta pemangku kepentingan pada umumnya, sebagai konsumen informasi (*user*), memperoleh informasi dengan cara yang tidak setara.

Konflik dapat timbul dari kesenjangan informasi antara prinsipal dan agen karena masing-masing pihak dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk keuntungan mereka sendiri. Pengumuman termasuk informasi akan menjadi sinyal bagi investor ketika mereka membuat penilaian tentang investasi mereka. Pelaku pasar pertama-tama akan mengevaluasi dan menganalisis informasi untuk menentukan apakah itu berita baik atau negatif. Bila dianggap sebagai kabar baik,

maka investor cenderung tertarik membeli saham, sehingga pasar akan meresponsnya yang terlihat dari perubahan harga saham.

Kaitannya dengan teori sinyal (*signaling theory*), nilai perusahaan yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bagi investor, sedangkan nilai perusahaan yang rendah akan dipandang negative ini karena tujuan utama investor adalah menghasilkan keuntungan. Akibatnya, mereka sering menghindari bisnis bernilai rendah. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan buruk di masa lalu dan mencoba memberikan sinyal positif tentang prospek masa depannya, kemungkinan besar tidak akan dipercaya oleh pasar.

2) Teori Agensi (*Agency Theory*)

Hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen dijelaskan oleh gagasan teori keagenan. Dalam perannya sebagai pengambil keputusan, pihak utama adalah pihak yang mengarahkan pihak lain, agen, untuk melakukan semua tindakan atas nama prinsipal.

Teori agensi merupakan teori yang dapat memberikan penjelasan terkait entitas berperan sebagai tempat yang mempunyai suatu hubungan kontrak dengan pihak – pihak lain seperti manajemen, kreditur, pemilik perusahaan, maupun pemerintah atau bisa disebut juga sebagai *intersection point* (Selistiawati & Sumantri, 2022)

Sedangkan menurut (Br Purba, 2023) menyatakan bahwa, teori agensi adalah teori yang menjelaskan hubungan yang terjadi antara

pihak manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik perusahaan selaku pihak *principal*.

Sehingga berdasarkan dari pengertian yang sudah dipaparkan diatas, penulis membuat kesimpulan bahwasannya teori agensi merupakan sebuah teori yang mengungkapkan suatu hubungan kontrak yang terdapat di sebuah perusahaan yang terjadi antara dua pihak yang memiliki peran sebagai *principal* yang selanjutnya disebut sebagai pemilik perusahaan dan pihak yang berperan sebagai *agent* yaitu manajemen perusahaan.

Hubungan keagenan menggambarkan situasi di mana satu atau beberapa pihak yang bertindak sebagai *principal* menunjuk pihak lain sebagai *agen* untuk melaksanakan tugas tertentu atau diberi wewenang dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, manajemen perusahaan bertanggung jawab atas semua keputusan yang diambil, dan wajib mempertanggungjawabkannya kepada para pengguna laporan keuangan, seperti investor, pemerintah, kreditor, dan pemegang saham. Permasalahan keagenan muncul ketika pihak yang mengambil keputusan bukan pemilik langsung perusahaan, sehingga keputusan manajerial bisa memengaruhi kesejahteraan pemilik perusahaan. Ketegangan antara *principal* dan *agen* biasanya disebabkan oleh asimetri informasi, di mana *principal* memberikan kewenangan kepada *agen* untuk bertindak demi kepentingan mereka, namun dalam praktiknya dapat menimbulkan konflik karena *principal* tidak memiliki

kendali langsung atas operasional perusahaan dan juga keterbatasan dalam mengakses informasi internal. Hal ini membuka peluang bagi *agen* untuk mengabaikan kepentingan pihak tertentu (Cledy & Amin, 2020). Konflik seperti ini sering terjadi, misalnya, antara manajer dan investor, atau antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Sebagai ilustrasi, seorang manajer mungkin mengambil langkah untuk menurunkan laba perusahaan guna mengurangi beban pajak, padahal hal ini bertentangan dengan kepentingan investor yang mengharapkan laba maksimal demi memperoleh dividen yang lebih besar.

2. Pengertian Akuntansi Keuangan

Bidang akuntansi yang dikenal sebagai akuntansi keuangan berkaitan dengan pembuatan laporan keuangan untuk berbagai pemangku kepentingan, termasuk kelompok internal seperti eksekutif dan manajemen keuangan serta pihak eksternal seperti pemegang saham, bank, dan kreditur. Masalah pendokumentasian transaksi bisnis dan pembuatan laporan keuangan secara berkala sesuai temuan pencatatan sangat terkait dengan akuntansi keuangan. Prinsip utama yang digunakan dalam akuntansi keuangan adalah harta sama dengan utang ditambah dengan modal ($H = U + M$).

Akuntansi Keuangan Menurut Para Ahli :

Menurut (Reece, Robert N. Anthony dan James S 2002) dalam bukunya yang berjudul “Financial Accounting : A Bussiness Perspective” menyatakan bahwa :

“Akuntansi keuangan adalah cabang akuntansi yang berkaitan dengan penyusunan laporan keuangan yang digunakan oleh pihak eksternal untuk tujuan pengambilan dalam keputusan, termasuk laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas.”

Menurut (David Marshall, Wayne McManus 2012) dalam bukunya yang berjudul “The Power Of Accounting : What the Numbers Mean and How to Us Them” berpendapat bahwa “

“Akuntansi keuangan adalah proses untuk mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi yang digunakan oleh pihak-pihak yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan, seperti investor dan kreditor.”

Menurut (Munawar et al 2022) dalam bukunya yang berjudul “ Teori dan Aplikasi Akuntansi Keuangan” mengatakan bahwa :

“Akuntansi keuangan perusahaan adalah komponen yang paling penting. Inti perusahaan adalah keuangannya. Agar bisnis hanya mencatat transaksi dan menentukan omset, uang yang masuk dan keluar dari bisnis harus transparan. Laporan kondisi keuangan terbaru perusahaan, yang berfungsi sebagai standar pengambilan keputusan kepemimpinan, disajikan melalui akuntansi keuangan.”

3. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah sebuah dokumen yang di dalamnya menyajikan kondisi keuangan suatu perusahaan dalam satu waktu periode tertentu. Laporan ini berisikan informasi mengenai aset, kewajiban,

ekuitas, pendapatan, serta pengeluaran yang berguna bagi para pemangku kepentingan untuk pengambilan keputusan.

Menurut PASK Nomor 1 (2015), laporan keuangan merupakan penyajian dari posisi keuangan dan kinerja keuangan dari suatu entitas yang disajikan secara terstruktur. (www.IAI.com)

Laporan Keuangan Menurut Para Ahli :

Menurut Kasmir (2019: 7), menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan merupakan laporan yang menyajikan kondisi keuangan suatu perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode waktu tertentu.”

Menurut Werner R. Murhadi (2019: 1), menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan adalah bahasa bisnis. Di dalam laporan keuangan berisi mengenai informasi kondisi keuangan suatu perusahaan yang akan digunakan oleh pihak pengguna. Dengan memahami laporan keuangan perusahaan, maka berbagai pihak yang berkepentingan dapat melihat kondisi kesehatan serta kinerja keuangan perusahaan tersebut.”

Menurut Raymond Budiman (2020: 3), menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan bersikan suatu dokumen yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan serta kinerja perusahaan dalam periode waktu tertentu.”

Menurut Sutrisno (2012: 9), menyatakan bahwa :

“Laporan keuangan merupakan hasil akhir dalam proses pencatatan akuntansi yang di dalamnya meliputi dua laporan utama yakni neraca dan laporan laba rugi. Laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang dianggap memiliki kepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan suatu keputusan.”

Sesuai definisi yang diberikan, laporan keuangan merupakan dokumen yang menguraikan informasi keuangan suatu entitas. Mereka

dibuat dengan menggunakan prinsip akuntansi yang diterima secara umum dan membantu menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan atau organisasi secara finansial serta kinerja dan arus kas mereka. Dua bagian utama dari laporan ini adalah laporan laba rugi dan neraca, yang bersama-sama memberikan status keuangan. Laporan keuangan terutama dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pembuat keputusan eksternal-seperti kreditur, investor, dan regulator yang akan membantu mereka membuat penilaian ekonomi tentang perusahaan. Laporan keuangan mencerminkan hasil kegiatan ekonomi dan menjadi alat penting untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan serta membantu dalam perencanaan dan pengelolaan sumber daya.

4. Tujuan dan Sifat Laporan Keuangan

A. Tujuan Laporan Keuangan

Adapun tujuan dari laporan keuangan adalah sebagai berikut :

- Memberitahukan informasi terkait jenis dan jumlah aktiva yang dimiliki suatu perusahaan dan juga jumlah kewajiban serta modal yang dimiliki perusahaan.
- Memberitahukan informasi terkait pendapatan yang diperoleh perusahaan serta biaya yang harus dikeluarkan atau di bayarkan oleh perusahaan.
- Memberitahukan informasi terkait perubahan posisi pada harta, utang serta modal atau aktiva, passiva serta modal perusahaan.

- Memberitahukan informasi terkait kinerja manajemen perusahaan.
- Memberitahukan informasi atas catatan atas laporan keuangan (CALK).

B. Sifat Laporan Keuangan

Selain tujuan, laporan keuangan juga memiliki sifat laporan keuangan yang pada praktiknya dibagi menjadi dua yaitu :

- Bersifat Historis, dimana laporan keuangan dibuat dan disusun berdasarkan data masa lalu atau masa yang sudah lewat dari masa sekarang.
- Bersifat Menyeluruh, dimana laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan dibuat dengan selengkap lengkapnya. Artinya laporan keuangan disusun serta dibuat sesuai dengan standar yang telah ditentukan atau ditetapkan.

5. Nilai Perusahaan

A. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai pasar adalah definisi nilai perusahaan, menurut Rika dan Ishlauddin (2008). karena nilai perusahaan dianggap mampu memaksimalkan keuntungan atau kemakmuran pemegang saham. Harga saham perusahaan merupakan indikator lain dari nilainya. Keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham akan meningkat seiring dengan harga saham. Nilai pasar suatu bisnis adalah harga di

mana sahamnya, sebagaimana ditentukan oleh pembelian dan penjualan pada saat transaksi, diperdagangkan. Kehadiran prospek investasi berdampak signifikan pada nilai perusahaan yang ditentukan oleh indikator nilai pasar saham.

Sebaliknya, Keown dkk. (2007) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar dari saham dan instrumen utangnya. Harga pasar dari bisnis itu sendiri dapat dilihat sebagai jumlah yang bersedia dibayar oleh calon pelanggan.

Jika pemilik mempercayakan operasi perusahaan kepada individu yang memenuhi syarat di bidangnya masing-masing, seperti manajer dan komisaris, nilai perusahaan dapat mencapai potensi tertingginya. Investor menggunakan ukuran keuangan untuk menilai nilai pasar perusahaan. Evaluasi investor bagi kinerja perusahaan sebelumnya dan prospek masa depan dapat disampaikan kepada manajemen yang terkumpul dengan menggunakan rasio keuangan ini. Dalam hal ini, meningkatkan nilai perusahaan sangat penting untuk bisnis karena hal itu akan meningkatkan kekayaan pemegang saham.

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), harga saham seringkali dikaitkan dengan penilaian investor pada kinerja perusahaan, yang menentukan nilainya. Sebuah perusahaan dengan harga saham yang tinggi juga akan memiliki nilai yang tinggi. Selain itu, Sujoko dan Soebiantoro berpendapat bahwasannya pasar akan mempercayai

prospek yang diantisipasi perusahaan untuk masa depan serta keberhasilan keuangannya saat ini karena valuasinya yang tinggi.

B. Pengukuran Nilai Perusahaan

(Sartono, 2014) dalam "Teori dan Praktik Manajemen Keuangan Perusahaan" menegaskan bahwasannya seseorang dapat menentukan nilai perusahaan dengan menggunakan salah satu dari tiga pendekatan:

1. Price Earning Ration (PER)

Rasio pendapatan harga (PER), menurut Brigham and Houston (2006: 110), menunjukkan berapa banyak uang yang siap dikeluarkan investor untuk setiap dolar dari keuntungan yang dilaporkan.

Perubahan kapasitas laba yang diantisipasi di masa mendatang diukur dengan menggunakan price earning ratio (PER). Kemungkinan bahwasannya bisnis akan dapat berkembang dan nilainya akan meningkat keduanya meningkat dengan PER yang lebih tinggi.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur price earning ration (PER) adalah sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Saham (Market Price Per Share)}}{\text{Laba Per Saham (Earning Per Share)}}$$

2. Tobin's Q

Peraih Nobel Amerika James Tobin's Q dikreditkan dengan menciptakan Tobin's Q. Nilai pasar aset organisasi dengan biaya penggantian dikenal sebagai Tobin's Q. Menurut Margaretha (2014), memperkirakan biaya penggantian aset perusahaan adalah tugas yang kompleks, sehingga sulit untuk menghitung Rasio Q Tobin secara efektif dalam kenyataan. Membandingkan Rasio Q Tobin dengan rasio nilai pasar bagi nilai buku, bagaimanapun, mengungkapkan bahwasannya itu adalah unggul karena yang terakhir mengukur nilai perusahaan saat ini sehubungan dengan biaya yang diperlukan untuk menggantinya.

Ketika nilai Q Tobin perusahaan rendah (antara 0 dan 1), sering kali berarti bahwasannya mengganti asetnya akan menelan biaya lebih dari nilai perusahaan. Di sisi lain, jika nilai Q Tobin perusahaan besar (lebih dari 1), ini menunjukkan bahwasannya nilainya melebihi aset yang dinyatakan.

Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku Dari Total Aktiva

D = Nilai Buku Dari Total Hutang

3. Price Book Value (PBV)

Investor memeriksa nilai buku harga (PBV), metrik penting untuk menilai posisi perusahaan, saat memutuskan saham mana yang akan dibeli. Rasio ini, yang menunjukkan bahwasannya nilai pasar saham lebih tinggi dari nilai bukunya, seringkali melampaui rasio untuk perusahaan dengan kesuksesan perusahaan yang luar biasa. Ketika PBV perusahaan lebih besar, investor memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan uang yang mereka investasikan di dalamnya.

Adapun rumus dari PBV menurut (Brigham dan Houston, 2006:112) adalah sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Saham (Market Price Per Share)}}{\text{Nilai Buku (Book Value Per Share)}}$$

6. Profitabilitas

A. Pengertian Profitabilitas

Analisis dan investor menggunakan profitabilitas, juga disebut sebagai rasio profitabilitas, sebagai indikator keuangan untuk mengevaluasi potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari waktu ke waktu secara proporsional dengan pendapatan, biaya operasional, aset neraca, dan ekuitas pemegang saham.

Kapasitas perusahaan untuk memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan dan nilai bagi pemegang saham diukur

dengan rasio profitabilitas. Dimana rasio atau nilai yang lebih tinggi ini biasanya dicari oleh berbagai perusahaan. Sebab hal dapat berarti bahwasannya bisnis berjalan dengan baik yang dapat diperoleh dengan cara menghasilkan pendapatan, keuntungan, dan juga arus kas. Rasio ini paling berguna saat dianalisis serta dibandingkan dengan perusahaan yang serupa atau dibandingkan dengan perusahaan yang sama tetapi pada periode sebelumnya.

Menurut (Santoso dan Priantinah, 2016) mendefinisikan

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memndapatkan laba yang berhubungan dengan penjualan, total asset ataupun modal sendiri.”

Menurut (Ambarsari dan Hermanto, 2017) menyatakan bahwasannya

“Profotabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi Investor.”

Sedangkan menurut (Kasmir, 2009) dalam bukunya yang berjudul

“Pengantar Manajemen Keuangan” mengatakan bahwasannya :

“Salah satu cara untuk mengukur potensi bisnis untuk menghasilkan keuntungan adalah dengan melihat rasio profitabilitasnya. Anda juga dapat menggunakan rasio ini untuk melihat seberapa kompeten manajemen perusahaan. Pendapatan dari investasi dan penjualan menjadi buktinya.”

Salah satu cara untuk membandingkan bisnis adalah dengan melihat rasio profitabilitasnya, yang juga disebut rasio laba. Rasio ini mengukur persentase pendapatan perusahaan yang menuju laba. Ini juga berfungsi sebagai ukuran efisiensi yang digunakan manajemen untuk mengawasi aset dan hutang yang membentuk perusahaan.

B. Pengukuran Profitabilitas

Menurut (Darmawan, 2021) dalam bukunya yang berjudul “Keuangan Perusahaan” menyebutkan bahwsannya ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu sebagai berikut :

a. *Net Profit Margin (Margin Laba Bersih)*

Rasio Net profit margin digunakan untuk mengukur seberapa besar keuntungan bersih yang diterima atau dihasilkan oleh perusahaan dibandingkan dengan pendapatan penjualannya. Rasio ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam menghasilkan keuntungan setelah memperhitungkan semua biaya, termasuk biaya operasional, bunga, pajak, serta biaya lainnya. Semakin tinggi rasio NPM, maka semakin efisien juga perusahaan dalam mengelola biaya dan menghasilkan keuntungan bersih dari pendapatan yang diperoleh. Sebaliknya, jika rasio NPM rendah maka menunjukkan bahwasannya perusahaan sedang menghadapi masalah dalam mengelola biaya serta memiliki pendapatan yang lebih rendah dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan atau diterima. Rasio Net Profit Margin dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nett Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b. **Gross Profit Margin (Margin Laba Kotor)**

Rasio ini digunakan untuk menghitung laba kotor perusahaan sebagai proporsi dari pendapatan penjualan. Laba kotor adalah jumlah uang yang tersisa setelah dikurangi biaya perusahaan dari pendapatan. Aktivitas bisnis menjadi lebih efisien ketika GPM lebih besar. Berikut ini adalah salah satu cara untuk membuat rumus GPM:

$$\text{Gross Profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

c. **Operating Profit Margin (Margin Laba Operasional)**

Rasio ini berfungsi sebagai ukuran untuk menentukan seberapa baik suatu bisnis menghasilkan keuntungan dari aktivitasnya. Rasio ini menampilkan porsi laba operasional bisnis yang berasal dari penjualan. Semakin efektif suatu bisnis mengelola biaya operasional dan menghasilkan uang dari operasi intinya, semakin tinggi rasio OPM. Namun sebaliknya, apabila rasio OPM rendah maka hal tersebut menunjukkan bahwasannya perusahaan mungkin memiliki biaya operasional yang tinggi atau pendapatan yang rendah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Rasio Operating Profit Margin dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Operating Profit Margin (OPM)} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

d. *Earning per Share (Rasio Laba per Saham)*

Salah satu metrik yang digunakan untuk menampilkan laba bersih yang dihasilkan oleh bisnis pada setiap saham beredar yang diperdagangkan secara publik adalah rasio laba per saham. Dengan mengetahui berapa banyak keuntungan yang dapat dialokasikan kepada pemegang saham tergantung pada jumlah saham yang dimiliki, EPS memberikan gambaran tentang seberapa sukses bisnis tersebut bagi pemegang saham. Korporasi akan lebih menguntungkan bagi pemegang saham jika EPS-nya lebih besar. Untuk memberikan gambaran yang lebih realistis, EPS juga harus diperiksa dalam konteks pasar atau industri. Rumus berikut dapat digunakan untuk mendapatkan rasio ini:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{Dividen Saham Preferen}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

e. *Return on Assets (Rasio Pengembalian Assset)*

Kasmir (2012) menyatakan bahwasannya ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) dari nilai aset perusahaan dibagi dengan nilai aset yang digunakan oleh perusahaan. Untuk mendapatkan rasio ini, kami membagi laba bersih dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik, karena ROA yang lebih tinggi meningkatkan profitabilitas atau laba perusahaan, yang dapat mengindikasikan bahwasannya kinerjanya

lebih baik. Hal ini akan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk menawarkan laba atas keuntungan yang baik kepada pemilik, investor, pemegang obligasi, dan pemegang saham di semua aset yang diinvestasikan. Cashmere (2012) menyatakan bahwasannya rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan Return on Assets (ROA):

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

f. Return on Equity (Rasio Pengembalian Ekuitas)

ROE merupakan bagian dari rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (*profit*) atau keuntungan dengan ekuitas (*shareholders equity*) yang dimiliki, pernyataan ini diungkapkan oleh (Birken, 2021). Adapun pernyataan lain yang diungkapkan oleh (Fernando, 2021) yaitu Karena ekuitas sama dengan aktiva dikurangi hutang, maka ROE juga dapat disebut *return on net equity*. Semakin tinggi ROE pada suatu perusahaan, maka semakin baik pula sebuah perusahaan dalam menciptakan laba dan *value* bagi investornya karena perusahaan telah dianggap mengetahui cara menginvestasikan kembali pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut agar dapat meningkatkan laba atau keuntungan serta *value*.

Rasio ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

7. *Leverage*

A. *Pengertian Leverage*

Salah satu definisi leverage adalah sejauh mana bisnis dapat menggunakan uang atau aset dengan biaya tetap (seperti hutang atau saham) untuk mencapai tujuannya dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Baik modal kerja maupun penggunaan aset tetap diperlukan untuk berfungsinya bisnis. Dalam pengertian ini, bisnis yang memiliki pengeluaran tetap akan terpengaruh oleh bagaimana aset tersebut digunakan. Pendanaan untuk perusahaan mungkin berasal dari pinjaman atau hutang atau dari dana pemiliknya sendiri. Jika bisnis meminjam uang atau berhutang uang, ia harus membayar bunga, yang merupakan beban tetap.

Menurut Lukman Syamsuddin (2011), leverage dapat digambarkan sebagai

“Kemampuan suatu perusahaan untuk menggunakan aset atau dana yang memiliki biaya tetap (fixed cost assets or funds) yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat pendapatan (return) bagi pemilik perusahaan.”

Adapun pengertian menurut (Ross, Westerfield dan Jordan 2019), dalam buku yang berjudul “*Fundamentals of Corporate Finance*” menyebutkan bahwasannya

“Leverage adalah penggunaan utang untuk membiayai aset atau investasi, dengan tujuan meningkatkan pengembalian bagi pemilik saham. Leverage ini meningkatkan potensi keuntungan tetapi juga memperbesar risiko keuangan.”

Selain itu ada juga pendapat lain yang diungkapkan oleh (Madura 2011) dalam bukunya yang berjudul “*Financial Markets and Institutions*” yang menyatakan bahwasannya

“Leverage adalah penggunaan utang oleh perusahaan atau individu untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam melakukan investasi, yang nantinya dapat meningkatkan hasil yang diperoleh dari investasi tersebut.”

Dari pengertian yang disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwasannya leverage adalah strategi atau teknik yang melibatkan penggunaan utang untuk mendanai investasi atau operasi, dengan harapan dapat memperbesar potensi keuntungan, namun di sisi lain juga meningkatkan risiko yang terkait.

B. Pengukuran *Leverage*

Menurut (Dr. Ely Siswanto, S.Sos, M.M. 2021) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Keuangan Dasar” mengatakan ada beberapa metode untuk mengukur *Leverage* :

1. *Debt to asset ration (DAR)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kapasitas bisnis untuk melunasi utangnya diukur dengan persentase ini. Semakin baik keadaan bisnis, semakin tinggi nilai DAR. Karena rasio utang yang tinggi (DAR) menunjukkan bahwasannya bisnis tersebut berhutang banyak atau tidak mampu memenuhi komitmen keuangannya. Adapun rumus dari DAR adalah sebagai berikut :

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Debt to equity ration (DER)*

Rasio keuangan ini menggambarkan sejauh mana suatu bisnis didanai oleh hutang sehubungan dengan modal atau ekuitasnya sendiri. Ini digunakan untuk membandingkan total hutang perusahaan dengan total modal atau ekuitasnya. Dengan membandingkan total utang Perusahaan termasuk utang lancar dengan total ekuitas atau modalnya, rasio ini ditentukan. Nilai DER yang baik seringkali kurang dari atau sama dengan 1, karena sebuah perusahaan dianggap sehat jika DER tersebut kurang dari atau sama dengan satu kriteria. Sebaliknya jika DER diatas satu, maka kondisi perusahaan dianggap tidak sehat. Adapun rumus DER adalah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Long-term Debt to Equity Ration (LTDER)*

Dengan membandingkan jumlah utang jangka panjang dengan jumlah ekuitas atau modal sendiri yang disumbangkan oleh perusahaan, rasio LTDER menghitung persentase setiap rupiah modal yang digunakan sebagai jaminan utang jangka panjang. Tujuan rasio ini adalah untuk menghitung proporsi ekuitas atau modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan pinjaman jangka panjang. Semakin besar rasio ini maka akan menunjukkan semakin besar juga beban bunga dan utang jangka panjang yang harus dibayarkan oleh perusahaan sehingga hal hal ini akan menyebabkan adanya penurunan pada laba perusahaan. Adapun rumus dari LTEDR adalah sebagai berikut :

$$LTDER = \frac{\text{Total LTD}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. *Time Interest Earned Ration (TIER)*

Rasio keuangan yang disebut TIER sering digunakan oleh bisnis untuk menilai kapasitas mereka dalam membayar bunga atas kewajiban mereka. Biasanya, rasio ini dihitung dengan membagi pengeluaran bunga dengan laba sebelum bunga dan pajak (EBIT). TIER yang tinggi menggambarkan bahwasannya kemampuan perusahaan dalam membayar bunganya itu baik. Sebaliknya TIER yang rendah menggambarkan bahwasannya kemampuan perusahaan dalam membayar bunganya buruk atau menunjukan

adanya potensi kesulitan keuangan serta adanya kemungkinan resiko gagal bayar yang lebih tinggi. TIER dapat digunakan untuk mengaslisis resiko kredit peminjam serta untuk menilai keadaan finansial perusahaan. Adapun rumus TIER dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$TIER = \frac{EBIT}{Interest}$$

5. Cash Coverage Ratio

Rasio ini merupakan rasio paling dasar yang digunakan untuk mengukur serta menilai kesehatan keuangan suatu perusahaan dan posisi keuangannya yang sehubungan dengan kewajibannya. Rasio ini juga didefinisikan sebagai rasio untuk mengukur kemampuan bisnis perusahaan untuk dapat membayar utang secara tepat waktu.

Dan rasio Cash Coverage Ratio juga digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan dalam membayar beban tetap berupa bunga dengan menggunakan EBIT + Depr. Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menghitung Cash Coverage Ration adalah sebagai berikut :

$$Cash\ Coverage\ Ration = \frac{EBIT + Depresiasi}{Interest}$$

8. Likuiditas

A. Pengertian Likuiditas

Rasio yang disebut likuiditas digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya pada saat jempor runtuh. Mengenai gagasan lain yang menyiratkan likuiditas adalah kapasitas individu atau organisasi untuk memenuhi komitmen atau utangnya. Semakin besar kapasitas perusahaan dalam memenuhi komitmen jangka pendeknya, maka semakin tinggi pula rasio likuiditasnya.

Menurut (Handano Mardiyanto 2009) didalam bukunya yang berjudul "*Inti Sari Manajemen Keuangan*" menyebutkan, bahwasannya

"Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan didalam melunasi kewajiban atau utang jangka pendek miliknya yang jatuh tempo pada tahun yang bersangkutan."

Menurut (Richard A. Brealey dan Stewart C. Myers 2005) dalam bukunya yang berjudul "*Principles of Corporate Finance*" menyatakan bahwasannya

"Likuiditas lebih merujuk kepada kemampuan suatu aset untuk dijual dengan cepat tanpa menyebabkan penurunan harga yang signifikan. Aset yang lebih likuid cenderung mudah diubah menjadi uang tunai, sementara aset yang kurang likuid membutuhkan waktu lebih lama dan mungkin mengalami penurunan harga saat dijual."

Sedangkan menurut (Bodie, Kane, dan Marcus 2014) di dalam bukunya yang berjudul "*Investments*" mengemukakan bahwasannya

"Likuiditas mengacu pada sejauh mana suatu aset dapat dijual dengan cepat di pasar tanpa mengalami penurunan nilai yang substansial."

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi likuiditas diantaranya yaitu volume perdagangan, frekuensi transaksi, serta kebijakan pasar. Likuiditas yang tinggi menggambarkan adanya aktivitas pasar yang aktif dengan banyaknya pembeli dan penjual. Sedangkan aset dengan likuiditas rendah memiliki pasar yang cenderung lebih sepi.

B. Pengukuran Likuiditas

Menurut (Dr. Ely Siswanto, S.Sos, M.M. 2021) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Keuangan Dasar” mengatakan ada beberapa metode untuk mengukur Likuiditas, yaitu :

1. *Current Ration (Rasio Lancar)*

Kapasitas bisnis untuk melunasi utangnya yang ada dengan asetnya saat ini diukur dengan rasio ini. Secara umum, likuiditas perusahaan meningkat dengan rasio lancar.

Rasio lancar yang diatas satu menunjukkan bahwasannya perusahaan memiliki lebih banyak aset lancar daripada utang lancar, ini berarti perusahaan memiliki kemampuan yang cukup untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sebaliknya jika rasio lancar kurang dari satu menunjukkan bahwasannya perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dikarenakan aset lancar tidak cukup untuk menutupi utang lancar. Akan tetapi meskipun rasio lancar lebih dari 1 bisa dianggap sehat, terlalu tinggi juga tidak selalu

baik. Rasio yang sangat tinggi bisa menunjukkan bahwasannya perusahaan tidak mengelola aset lancarnya dengan efisien, misalnya dengan menyimpan terlalu banyak kas atau piutang yang belum tertagih. Untuk mengetahui seberapa baik rasio lancar juga bisa dibandingkan dengan rata-rata industri.

Adapun rumus dari CR adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ration} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

2. **Quick Ration (Rasio Cepat)**

Rasio Cepat (Quick Ratio), juga dikenal sebagai Acid-Test Ratio, adalah rasio likuiditas yang lebih konservatif dibandingkan rasio lancar. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa harus mengandalkan persediaan, yang mungkin sulit dijual dengan cepat. Rasio cepat lebih fokus pada aset yang paling likuid, seperti kas, piutang usaha, dan investasi jangka pendek. Rasio cepat lebih memberikan gambaran yang lebih tepat tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan aset yang paling likuid.

Adapun rumus dari QR adalah sebagai berikut :

$$\text{Quick Ration} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

3. *Cash Ration* (Rasio Kas)

Kapasitas bisnis untuk memenuhi komitmen jangka pendeknya dengan uang tunai dan setara kas saja, tanpa menggunakan aset lancar tambahan seperti persediaan atau piutang usaha, diukur dengan rasio ini. Karena hanya memperhitungkan uang tunai yang paling likuid, rasio kas memberikan penilaian yang sangat ketat bagi likuiditas perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk melunasi utangnya yang ada dengan uang tunai dan surat berharga (sebagian besar aset lancar) diperlihatkan oleh rasio kas ini. Dalam interpretasinya tidak ada patokan khusus tentang berapa rasio kas yang baik, namun apabila nilai $CR > 1$ maka berarti menunjukkan kinerja keuangan yang baik. Peningkatan rasio kas juga menunjukkan pertanda membaiknya kinerja keuangan perusahaan.

Adapun rumus dari cash ration adalah sebagai berikut :

$$\text{Cash Ration} = \frac{\text{Cash} + \text{Bank} + \text{Marketable Securities}}{\text{Utang Lancar}}$$

9. Ukuran Perusahaan

A. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan lebih merujuk pada besar atau kecilnya suatu perusahaan, yang dapat diukur dengan banyak metode atau indikator. Pengukuran ukuran perusahaan sangat penting untuk analisis keuangan, perencanaan strategis, serta penilaian kinerja. Ukuran perusahaan dapat

menggambarkan kapasitas dan skala operasional suatu perusahaan, yang sering digunakan untuk membandingkan perusahaan dalam industri yang sama.

Brigham & Houston (2011: 4), menyatakan bahwa ukuran perusahaan sebagai :

"Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai skala untuk mengukur ukuran perusahaan yang dapat dikelompokkan dalam berbagai cara, yaitu dengan mengukur pendapatan, total aset, dan total ekuitas atau modal."

Salah satu cara untuk menentukan ukuran perusahaan adalah dengan melihat total asetnya, seperti yang dinyatakan oleh Hartono (2012): 14. Hal ini dapat dilakukan dengan menghitung nilai logaritmik aset perusahaan.

Adapun pendapat lain yang berasal dari (Kurniasih 2012:148) mengungkapkan bahwasannya

"Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai nilai yang memperlihatkan atau menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan."

Sesuai ketiga sudut pandang tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwasannya ukuran bisnis dapat menunjukkan nilainya, dibuktikan dengan jumlah ekuitas, nilai penjualan, dan aset yang menjadi faktor kontekstual yang mengatur arah jasa atau barang. perusahaan memproduksi.

Teori pensinyalan mendukung gagasan bahwasannya ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Ross adalah orang pertama yang membuat teori persinyalan pada tahun 1997. Dan menurut

(Brighan & Houston 2011:4) mengungkapkan bahwasannya teori signaling merupakan tindakan suatu perusahaan dalam memberikan sinyal kepada investornya untuk menginfokan hal seperti bagaimana manajemen memandang perusahaan tersebut.

B. Klasifikasi ukuran perusahaan

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 ukuran perusahaan dibedakan menjadi kedalam 4 kategori yaitu ;

- 1) Usaha mikro adalah usaha menguntungkan yang dimiliki oleh orang atau badan usaha perseorangan yang memenuhi persyaratan atau pedoman usaha mikro tersebut.
- 2) Orang dan / atau badan usaha tertentu yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha lain yang dimiliki, dikendalikan, dan baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat dengan usaha menengah atau besar yang memenuhi kebutuhan usaha kecil yang menerapkan usaha kecil, yaitu usaha mandiri, menguntungkan, dan efisien.
- 3) Usaha menengah adalah usaha mandiri yang menguntungkan yang dijalankan oleh orang-orang dan / atau badan usaha yang secara langsung atau tidak langsung berafiliasi dengan usaha kecil atau besar, bernilai bersih, atau yang merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha lain.

- 4) Bisnis besar, yang mencakup bisnis nasional swasta dan milik negara serta bisnis internasional yang melakukan bisnis di Indonesia, adalah bisnis yang produktif secara ekonomi yang memiliki aset bersih atau hasil penjualan bersih tahunan lebih banyak daripada bisnis menengah.

Adapun kriteria ukuran perusahaan menurut UU No. 20 tahun 2008 yang diuraikan dalam tabel adalah sebagai berikut:

Tabel II.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 jt	Maksimal 300 jt
Usaha Kecil	> 50 jt - 500 jt	> 300 jt - 2,5 M
Usaha Menengah	> 500 jt - 10 M	> 2,5 M - 50 M
Usaha Besar	> 10 M	> 50 M

C. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Rasio yang dapat digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$SIZE = \text{Log (Total Aset)}$$

10. Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)

A. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Selisih antara total penjualan aset saat ini dan total penjualan aset tahun sebelumnya dikenal sebagai pertumbuhan penjualan. Sales

growth dapat dihitung dalam persentase atau nilai moneter. Pertumbuhan penjualan yang positif berarti menunjukkan bahwasannya angka penjualan pada tahun ini lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, sebaliknya jika pertumbuhan penjualan negatif berarti pendapatan yang diterima tahun ini lebih kecil dibandingkan tahun lalu.

Menurut (Jim Collins) yang merupakan ahli kepemimpinan dan bisnis di dalam bukunya yang terkenal "*Good to Great*" menyatakan bahwasannya

“Pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan datang dari fokus yang mendalam pada kualitas produk dan kepemimpinan yang efektif. Menurutnya, perusahaan yang sukses dalam jangka panjang adalah mereka yang memiliki budaya yang kuat dan komitmen pada inovasi berkelanjutan.”

Menurut (Philip Kotler) yang merupakan ahli pemasaran Internasional, menyatakan bahwasannya

“Sales growth merupakan salah satu indikator kunci dalam keberhasilan suatu perusahaan. Menurutnya, untuk mencapai pertumbuhan penjualan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menawarkan nilai lebih dibandingkan pesaing.”

B. Pengukuran *Sales Growth*

Adapun rumus yang digunakan untuk dapat menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut :

$$\text{Sales Growth} = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}}$$

11. Tax Avoidance

A. Pengertian *Tax Avoidance*

Istilah "*Tax avoidance*" lebih umum digunakan untuk menggambarkan metode di mana suatu negara mencoba untuk menurunkan kewajiban pajaknya dengan memanfaatkan celah dalam undang-undang perpajakannya sendiri. Pengertian lain mendefinisikan *tax avoidance* sebagai praktik penghindaran pajak yang legal, dimana individu ataupun badan menggunakan celah hukum ataupun ketentuan pajak yang berlaku untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan maupun memaksimalkan pengembalian pajak yang diterima.

Menurut Rebecca Murray (Susanto Wibowo, Sutandi, Limajatini 2021, 4) mengungkapkan bahwasannya :

“*Tax Avoidance* merupakan penghindaran pajak yang sah dan bertentangan dengan tindakan pidana, karena dilakukan dengan keyakinan bahwasannya keuntungan pajak yang dimaksud dapat diperoleh sesuai dengan ketentuan, misalnya dengan memanfaatkan celah atau kekurangan dalam peraturan perundang-undangan”.

Sementara itu, menurut pendapat James Kessler membagi *tax avoidance* menjadi dua jenis, yaitu *acceptable tax avoidance* dan *unacceptable tax avoidance*.

- ***Acceptable tax avoidance*** didefinisikan sebagai penghindaran pajak yang diperbolehkan dengan tujuan baik dan tanpa melibatkan transaksi palsu.

- *Unacceptable tax avoidance* didefinisikan sebagai penghindaran pajak yang melibatkan, praktik yang tidak diperbolehkan, mencakup tujuan yang tidak baik, upaya menghindari pajak, dan menciptakan transaksi palsu.

Didalam *tax avoidance* ada beberapa metode yang sering kali digunakan untuk melakukan praktik ini, seperti :

1. Memanfaatkan keringanan hukum untuk dapat mendapatkan potongan pajak
2. Mengalokasikan separuh pendapatan perusahaan atau individu yang diterima untuk dimasukkan ke rekening – rekening yang bebas pajak, seperti dana pension dan lain lain.
3. Menyimpan sebagian pendapatan perusahaan yang diterima di negara-negara yang menawarkan “*tax havens*” seperti negara Luksemburg, Swiss dan Virgin Islands atau Cayman.
4. Membuat anak perusahaan di negara lain yang menaarkan *tax havens* atau membuat anak perusahaan tersebut sebagai perusahaan offshore (badan hukum yang didirikan di yurisdiksi diluar negara asal investor) yang biasanya berada diatas perairan bahkan tidak jarang berbatasan dengan negara lain.

B. Karakteristik *Tax Avoidance*

Berdasarkan komite urusan fiskal dari *Organization for Economic Cooperation (OECD)* dalam (Jusman dan Nosita 2020) terdapat tiga karakteristik *tax avoidance* yaitu :

- a. Ada unsur-unsur *artificial arrangement* dimana terdapat adanya pengaturan sehingga terdapat didalamnya padahal tidak, dan ini dapat terjadi karena tidak adanya faktor pajak.
- b. Sistem seperti itu sering mengeksploitasi celah hukum atau menerapkan ketentuan hukum untuk berbagai tujuan yang bertentangan dengan sifat hukum.
- c. Kerhasian juga merupakan bagian dari bentuk system ini, dan konsultan biasanya mengidentifikasi alat dan metode penghindaran pajak, asalkan wajib pajak dapat menjaga kerahasiaan sebanyak mungkin.

Menurut Kurniasih dan Sari (Solihin et al. 2020) terdapat beberapa cara untuk melakukan *tax avoidance* yaitu :

- a. Mentransfer subjek pajak ataupun objek pajak ke negara yang dapat memberikan perlakuan pajak khusus atau keringanan pajak (*tax heaven country*) atau sejenis penghasilan (*substantive tax planning*).
- b. Upaya penghindaran pajak dengan mempertahankan substansi ekonomi transaksi melalui pemilihan umum formal yang dapat menawarkan beban pajak yang rendah (*formal tax planning*).

- c. Ketentuan anti avoidance atas transaksi *transfer pricing*, *thin capitalization*, *treaty shopping*, dan *control forgein corporation* (*Spesific Anti Avoidance Rule*) serta transaksi yang tidak mempunyai substansi bisnis (*General Anti Avoidance Rule*).

C. Pengukuran *Tax Avoidance*

Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *tax avoidance* adalah sebagai berikut :

$$\text{Cash Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu, berdasarkan tabel II.2

Tabel II.2

Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penulis (Thn)	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ameliana Putri, Carolyn Lukita, Devi Astriani (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI	Variabel Independent: - Profitabilitas (X1) - Leverage (X2) - Ukuran Perusahaan (X3) Variabel Dependent: - Nilai Perusahaan (Y)	- Profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Leverage yang diukur dengan rasio DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

				<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Keseluruhan variabel bebas memberi dampak secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.
2.	Gulo (2022)	Pengaruh tax Planning, Struktur Modal, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tax Planning (X1) - Struktur Modal (X2) - Profitabilitas (X3) - Likuiditas (X4) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, - Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, - Tax planning, struktur modal, profitabilitas dan likuiditas bersama-sama mempengaruhi terhadap nilai perusahaan
3.	Fitriani <i>et al</i> (2023)	Pengaruh Tax Avoidance, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance (X1) - Leverage (X2) - Ukuran Perusahaan (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh positif

				terhadap nilai perusahaan
4.	Maduma & Ary Binsar Naibaho (2022)	Pengaruh Tax Avoidance, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance (X2) - Leverage (X2) - Profitabilitas (X3) <p>Variabel Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan Deviden (X4) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tax avoidance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage memiliki arah negatif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kebijakan dividen sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan positif antara tax avoidance dengan nilai perusahaan - Kebijakan dividen sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan negatif antara leverage dengan nilai perusahaan - Kebijakan dividen sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan
5.	Chika Calista, Peng Wi (2022)	Analisis Pengaruh kel, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struktur Modal (X1) - Profitabilitas (X2) - Likuiditas (X3) - Ukuran Perusahaan (X4) 	<ul style="list-style-type: none"> - Struktur modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan - Profitabilitas berpengaruh

			<p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<p>terhadap Nilai Perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
6.	Isti Handayani <i>et al</i> (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (X1) - Profitabilitas (X2) - Likuiditas (X3) - Leverage (X4) <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan - Likuiditas berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan. - Leverage berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan
7.	Qushoyyi & Khabib (2022)	Pengaruh Tax Avoidance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan ASEAN Corporate Governance Scorecard sebagai variabel moderasi	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Profitabilitas (X3) <p>Variabel Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asean Corporate Governance Scorecard (X4) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. - Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. - Profitabilitas berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. - ASEAN corporate governance scorecard tidak mampu memoderasi tax avoidance dan ukuran perusahaan

8.	Suhelim lim <i>et al</i> (2023)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021.	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak (X1) - Pertumbuhan Penjualan (X2) - Keputusan Investasi (X3) - Kebijakan Dividen (X4) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan pajak berdampak terhadap nilai perusahaan. - Pertumbuhan penjualan tidak berdampak terhadap nilai perusahaan. - Keputusan investasi berdampak terhadap nilai perusahaan. - Kebijakan dividen berdampak terhadap nilai perusahaan. - Keseluruhan variabel bebas memberi dampak secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.
9.	Avita Kirani Putria, Dinar Ambarita (2025)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Kebijakan Utang dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak (X1) - Kebijakan Utang (X2) - Struktur Modal (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. - Kebijakan utang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaa - Perencanaan Pajak, Kebijakan Utang, dan Struktur Modal secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
10.	Sri Yulianda <i>et al</i> (2022)	Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance (X1) <p>Variabel Dependent:</p> <p>Nilai Perusahaan (Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tax Avoidance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

11.	Jennifer Twincond (2023)	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Solvabilitas, dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan Perusahaan (X1) - Solvabilitas (X2) - Perencanaan Pajak (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
12.	Ade Tiara Octaviani, Juan Barus Gultom (2023)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 -2021	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Pertumbuhan Penjualan (X3) - Profitabilitas (X4) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
13.	Silvi (2024)	Pengaruh Perencanaan Pajak, Kinerja Keuangan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak (X1) - Kinerja Keuangan (X2) - Struktur Modal (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan

		Efek Indonesia Tahun 2020-2022		- Perencanaan Pajak, Kinerja Keuangan dan Struktur Modal secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
14.	Viona (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)	Variabel Independent: - Profitabilitas (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Leverage (X3) Variabel Dependent: - Nilai Perusahaan (Y)	- Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
15.	Putri Agustina Canjaya (2024)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)	Variabel Independent: - Profitabilitas (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Leverage (X3) - Likuiditas (X4) - Struktur Modal (X5) Variabel Dependent: - Nilai Perusahaan (Y)	- Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan - Struktur modal berpengaruh

				signufikan terhadap Nilai Perusahaan
16.	Bagus Widiyanto (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Likuidasi dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food And Baverage Di BEI	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) - Likuiditas (X2) - Solvabilitas (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Likuiditas yang diproksikan dengan CR berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
17.	Widya Arum <i>et al</i> (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar di Bei Periode 2018-2022)	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) - Leverage (X2) - Pertumbuhan Penjualan (X3) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusah - Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
18.	Laura <i>et al</i> (2023)	Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) - Leverage (X2) <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan (Y) 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusah - Leverage secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
19.	Eko Edy <i>et al</i> (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (X1) - Leverage (X2) - Profitabilitas (X3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

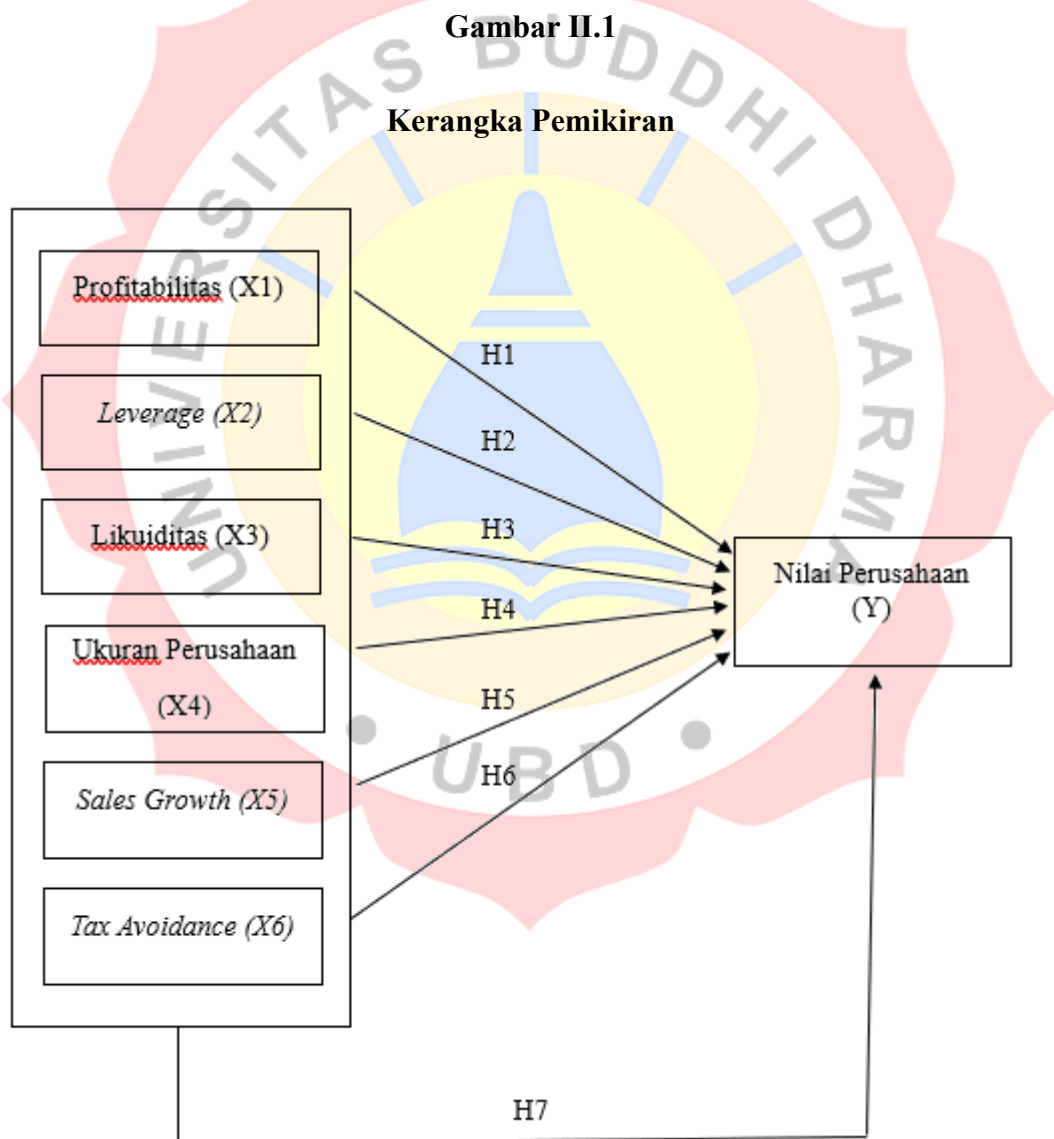
		Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependent: - Nilai Perusahaan (Y)	- Leverage berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
20.	Gerid (2024)	Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independent: - Likuiditas (X1) - Solvabilitas (X2) - Pertumbuhan Penjualan (X3) Variabel Dependent: - Nilai Perusahaan (Y)	- Likuiditas berpengaruh positif dan terhadap nilai perusahaan - Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Data diolah, 2025

Penelitian ini terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang terdahulu. Yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak dari objek penelitian dan tahun pengamatannya serta dari hasil penelitian terdahulu dari para peneliti karena terjadinya inkonsistensi hasil riset yang sudah ada yang bisa disebut avoidance gap dimana adanya bukti-bukti atau hasil riset yang inkonsistensi, kadang signifikan dan kadang tidak signifikan. Penelitian ini fokus pada data perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 – 2023.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual yang menggambarkan teori yang saling terhubung dengan faktor permasalahan sehingga memberikan penjelasan pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya pada variable yang akan diteliti. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber : Data diolah 2025

Keterangan :

1) Variabel Independen :

X1 = Profitabilitas

X2 = Leverage

X3 = Likuiditas

X4 = Ukuran Perusahaan

X5 = Pertumbuhan Penjualan

X6 = Tax Avoidance

2) Variabel Dependen :

Y = Nilai Perusahaan

D. Perumusan Hipotesa

Perumusan hipotesa didefinisikan sebagai jawaban awal terhadap perumusan masalah penelitian. Perumusan masalah ini biasanya bersifat sementara karena hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum didukung oleh fakta empiris dari pengumpulan data pernyataan ini diungkap kan oleh Sinambela, 2021. Sehingga dapat di simpulkan perumusan hipotesa merupakan sebuah pernyataan yang telah disusun untuk nantinya akan diuji melalui suatu penelitian guna untuk dapat memverifikasi kebenarannya. Perumusan hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas (ROA) merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola asset secara maksimal untuk menghasilkan laba. Jika perusahaan terus mengalami peningkatan pada nilai labanya hal ini dapat mempengaruhi jumlah saldo laba yang dihasilkan dalam perusahaan sehingga dari kenaikan laba tersebut akan berdampak pada kesejahteraan pemegang saham yaitu, membagikan deviden yang lebih tinggi kepada para pemegang saham. Maka dari itu profitabilitas menjadi faktor utama dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan serta sering digunakan oleh investor dan analis untuk membuat keputusan dalam investasi.

Profitabilitas memiliki dampak yang signifikan dan positif pada nilai perusahaan, menurut penelitian Hidayat dan Khotimah (2022). Artinya, semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin besar pengaruhnya pada perusahaan tersebut; perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitasnya dari tahun ke tahun akan menarik investor. Bisnis yang telah menghasilkan dan dapat terus menghasilkan keuntungan yang signifikan akan dipercaya oleh investor.

Maka sesuai penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H1 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total utang dengan modal yang dimilikinya sendiri. Rasio ini juga berguna untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Umumnya DER yang tinggi artinya, jumlah utang yang dimiliki perusahaan jauh lebih besar dibandingkan dengan modal atau ekuitas yang dimiliki sendiri. *Leverage* yang tinggi bisa meningkatkan potensi pada risiko kerugian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningrum and Iswara 2022) leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, ini berarti tingginya *leverage* mengindikasikan bahwa banyaknya utang yang dimiliki oleh instansi. Jikalau bertambah banyaknya utang diikuti dengan ketidakmampuan modal dalam menanggulangi, maka hal ini dapat menjadi konsen para investor untuk tidak menanamkan investasinya. Dari pernyataan diatas disimpulkan nilai suatu instansi dapat menurun apabila perusahaan perusahaan terlalu sering mendapatkan modal dari utang.

Maka berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H2 : Diduga Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio yang disebut likuiditas (CR) mengukur seberapa baik bisnis dapat memanfaatkan aset lancar untuk menutupi kewajiban jangka pendek.

Secara umum, CR yang tinggi menunjukkan bahwasannya bisnis dapat memenuhi komitmen jangka pendeknya. Untuk perusahaan, likuiditas yang baik sangat penting agar perusahaan tersebut dapat menghindari kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial dalam jangka pendek, seperti pembayaran utang atau gaji karyawan. Mempunyai rasio likuiditas yang sehat dapat memungkinkan perusahaan dalam bertahan dan berkembang, akan tetapi memiliki terlalu banyak kas juga bisa tidak efisien. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan untuk mengelola likuiditas yang dimilikinya dengan bijak dan menemukan keseimbangan antara menyediakan kas yang cukup dan menginvestasikannya untuk pertumbuhan.

Likuiditas memiliki dampak positif dan cukup besar pada nilai perusahaan, menurut studi Permana dkk. (2024). Hal ini menunjukkan bahwasannya jika nilai perusahaan naik, maka nilai likuiditasnya juga akan naik, begitu pula sebaliknya. Karena biasanya investor akan menilai saham suatu perusahaan dari kesanggupan perusahaan tersebut dalam membayarkan kewajiban jangka pendeknya. Hal ini dikarenakan jika kas lebih besar dari utang maka perusahaan memiliki perbandingan yang baik antara asset lancar dibandingkan kewajiban lancarnya.

Maka sesuai penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H3 : Diduga Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan (Size) adalah suatu skala dimana dapat mengklasifikasikan besarnya dan kecilnya suatu perusahaan dengan melihat total asset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Besar kecilnya skala pada suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang memungkinkan untuk timbul dari berbagai situasi yang akan dihadapi oleh perusahaan tersebut. Ukuran suatu perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar skala ukuran perusahaan maka semakin mudah juga perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal ataupun bersifat eksternal.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Eko Edy Susanto dan Zuli Suryani, 2024) ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini semakin tingginya tingkat perolehan pada laba yang didapatkan maka akan meningkatkan harga sahamnya juga sehingga akan membawa dampak pada tingginya nilai perusahaan. Apabila ukuran perusahaan semakin besar maka perusahaan akan memberikan sinyal positif kepada para investor.

Maka berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H4 : Diduga Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

5. Pengaruh *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) digunakan dalam mengukur seberapa cepat penjualan suatu perusahaan berkembang dari satu waktu ke waktu lainnya. Pada pertumbuhan penjualan yang positif menunjukkan bahwa perusahaan berhasil memperbesar pangsa pasar serta meningkatkan permintaan atas produknya, sedangkan penurunan penjualan dapat menjadi sinyal masalah dalam operasional atau pasar. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan karena dapat mencerminkan kinerja finansial dan potensi masa depan sebuah perusahaan.

Pertumbuhan penjualan parsial berdampak baik dan substansial pada nilai bisnis, menurut studi Fajriah, Idris, dan Nadhiroh (2022). Ini menyiratkan bahwasannya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi juga memiliki tingkat perkembangan yang tinggi. Pertumbuhan penjualan yang kuat akan menunjukkan peningkatan pendapatan, yang akan memengaruhi minat investor dalam mendanai bisnis karena harga saham juga akan terus naik.

Maka berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H5 : Diduga *Sales Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

6. Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Tax Avoidance (CETR) digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi laba perusahaan yang dibayarkan sebagai pajak. *Tax Avoidance* merupakan suatu proses strategis yang dilakukan oleh individu ataupun perusahaan untuk dapat mengelola kewajiban pajak yang dimilikinya dengan cara yang legal, sah dan optimal, dengan cara memanfaatkan berbagai kebijakan, aturan, serta insentif pajak yang tersedia, dengan tujuan meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Qushoyyi and Khabib 2022) *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena, ketika perusahaan mampu meminimalkan pengeluaran untuk keperluan perpajakan, berarti akan semakin sedikit beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga hal ini akan berdampak pada kenaikan laba pada perusahaan. Semakin kecil beban yang dikeluarkan oleh perusahaan maka akan semakin besar laba yang diperoleh perusahaan. Minat investor terhadap saham akan semakin tinggi apabila perusahaan memiliki laba yang besar. Semakin tinggi minat investor terhadap saham maka harga saham juga akan mengalami kenaikan karena jumlah saham yang beredar di masyarakat terbatas. Sehingga hal tersebut dapat menaikkan nilai perusahaan.

Maka berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat merumuskan hipotesa sebagai berikut :

H6 : Diduga Perencanaan *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

7. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Secara keseluruhan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *tax avoidance* saling berinteraksi dan memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang berhasil mengelola faktor-faktor ini dengan baik cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi karena mereka menunjukkan potensi laba yang lebih besar, stabilitas finansial, dan prospek pertumbuhan yang lebih baik. Sebaliknya, pengelolaan yang buruk terhadap faktor-faktor tersebut bisa menurunkan nilai perusahaan karena meningkatkan risiko finansial atau mengurangi kepercayaan investor.

H7 : Diduga Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai jenis penelitian yang akan digunakan, dimana data yang dikumpulkan melalui perhitungan statistik dan ditampilkan dalam bentuk angka atau tabel. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk menentukan tingkat suatu variabel melalui pengukuran, serta hubungan signifikan antar variable yang satu dengan variable yang lainnya. Kesimpulan peneliti sepenuhnya bergantung pada hasil perhitungan atau analisis statistik.

Menurut (Sugiyono 2023) menyatakan bahwa :“Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

B. Objek Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang suatu penelitian, objek penelitian adalah suatu kondisi yang menggambarkan keadaan tentang apa yang akan menjadi objek dalam penyelidikan. Penekanan penelitian ini adalah pada bisnis manufaktur di industri consumer products yang tercatat di Bursa

Efek Indonesia dan yang sering merilis atau menampilkan laporan keuangan tahun 2020 hingga 2023.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji variable te yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan serta *tax avoidance* pada nilai perusahaan sebagai variable bebas.

C. Jenis dan Sumber Data

Data adalah fakta yang berisi suatu informasi empiris yang diperoleh peneliti dalam menyelesaikan masalah atau menjawab pertanyaan dari suatu penelitian.

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang berupa Laporan keuangan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2023.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusaha, *sales growth*, *tax avoidance* dan nilai perusahaan yang diambil dari Laporan keuangan sektor barang konumsi selama empat (4) tahun, mulai tahun 2020 hingga 2023 yang dipublikasikan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber datanya adalah website resmi, yaitu www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi, pada konteks penelitian dan statistika, didefinisikan sebagai keseluruhan dari suatu objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus pada penelitian

Populasi didefinisikan sebagai "benda dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya "(Sugiono, 2011, hlm. 117).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023

2. Sampel

Sampel mewakili total populasi dan merupakan bagian dari populasi yang dipilih. Sampel yang baik biasanya harus representatif pada populasi, artinya karakteristik dalam sampel harus mencerminkan karakteristik dari populasi.

Menurut Siyoto & Sodik (2015), mendefinisikan sampel sebagai “sebagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi, atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan pada prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.”

Metode sampling purposif digunakan dalam penelitian ini. Metodologi pengambilan sampel yang bertujuan adalah cara untuk memilih sampel yang dianggap mewakili populasi dengan menetapkan kriteria tertentu terlebih dahulu. Persyaratan sampel penelitian ini meliputi:

1. Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2023.
2. Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang rutin menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit secara berturut – turut selama periode 2020-2023.
3. Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama periode 2020-2023.
4. Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang tidak mengalami kerugian selama periode 2020-2023.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan teknik kuantitatif deskriptif yang didasarkan pada analisis statistik dan data numerik. Laporan keuangan tahunan usaha manufaktur barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023 digunakan untuk menghimpun data dengan menggunakan pendekatan dokumentasi. Situs web resmi BEI, www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com, berikan informasi ini. Dalam proses pengumpulan data, peneliti juga menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka digunakan untuk memahami teori dan konsep yang relevan dengan topik

penelitian, sementara dokumentasi dilakukan dengan mencatat dan mengutip data dari jurnal ilmiah serta laporan keuangan tahunan perusahaan pada sektor barang konsumsi, yang berkaitan dengan variabel penelitian dan tersedia di situs resmi BEI.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini operasional variable digunakan untuk memutuskan jenis serta indikator dari variabel-variabel yang berhubungan dalam penelitian ini, berikut operasional variable dalam penelitian ini :

1. Variabel Independen :

Variabel independent atau juga biasa disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang menjadi penyebab atau faktor yang dapat mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel, sebagai berikut :

a. Profitabilitas (X₁)

Rasio Laba atas Aset (ROA), yang digunakan untuk menentukan seberapa baik bisnis memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba dan menentukan proporsi laba pada total aset yang dimiliki oleh bisnis, adalah alat yang digunakan dalam evaluasi profitabilitas. Karena terlihat memiliki efisiensi yang tinggi dan potensi investasi yang signifikan, ROA yang tinggi seringkali merupakan indikator yang menguntungkan. Berikut ini adalah rumus perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

b. Leverage (X₂)

Rasio Hutang pada Ekuitas, atau *DER*, adalah rasio yang digunakan untuk mengukur *leverage* yang menggambarkan berapa banyak hutang yang digunakan bisnis dalam kaitannya dengan modalnya sendiri, atau ekuitasnya. Bisnis dengan *DER* tinggi sering kali menunjukkan tingkat ketergantungan utang yang tinggi. Berikut ini adalah rumus perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Likuiditas (X₃)

Untuk mengetahui berapa banyak aset lancar perusahaan yang dapat digunakan untuk menutupi atau melunasi kewajiban jangka pendeknya atau hutang lancar, rasio CR (Current Ration) digunakan untuk memantau likuiditas. Berikut ini adalah rumus perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

d. Ukuran Perusahaan (X₄)

Rasio Ukuran, yang dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan, digunakan untuk menilai ukuran bisnis. Kemungkinan bahwasannya suatu bisnis akan dapat memperoleh pembiayaan meningkat seiring dengan ukuran bisnisnya. Rumus

berikut digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan ukuran perusahaan:

$$Size = Ln (Total Aset)$$

e. ***Sales Growth (X₅)***

Pertumbuhan Penjualan didefinisikan sebagai rasio yang mengukur persentase kenaikan atau penurunan penjualan (pendapatan) dari satu periode ke periode berikutnya. Biasanya digunakan untuk melihat tren pertumbuhan perusahaan dari waktu ke waktu. Adapun rumus perhitungan Sales Growth dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

f. ***Tax Avoidance (X₆)***

Tax Avoidance merupakan bentuk dari penghindaran pajak untuk dapat mengurangi atau meminimalkan beban pajak yang harusnya dibayar dengan memanfaatkan celah ketentuan dalam peraturan perpajakan suatu negara. Adapun rumus perhitungan *tax avoidance* adalah sebagai berikut :

$$Cash\ Effective\ Tax\ Rate = \frac{Pembayaran\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$$

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang biasa juga disebut sebagai variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

a. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan nilai keseluruhan dari suatu perusahaan yang dapat mencerminkan tingkat keberhasilan suatu manajemen dalam mengelola aset, menghasilkan laba, serta menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Nilai ini menjadi indikator seberapa menariknya perusahaan bagi investor. Adapun rumus untuk menghitung nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Adapun variabel-variabel operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel III.1
Variabel Operasi dan Pengukuran

No	Variabel	Jenis Variabel	Indikator
1.	Nilai Perusahaan (Y)	Dependen	$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$
2.	Profitabilitas	Independen	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$

	(X ₁)		
3.	<i>Leverage</i> (X ₂)	Independen	$DER = \frac{Total\ Utang}{Total\ Ekuitas}$
4.	Likuiditas (X ₃)	Independen	$CR = \frac{Aset\ Lancar}{Utang\ Lancar}$
5.	Ukuran Perusahaan (X ₄)	Independen	$Size = Ln (Total\ Aset)$
6.	<i>Sales Growth</i> (X ₅)	Independen	$SG = \frac{Total\ Penjualan\ t - Total\ Penjualan\ (t - 1)}{Total\ Penjualan\ (t - 1)}$
7.	<i>Tax Avoidance</i> (X ₆)	Independen	$CETR = \frac{Pembayaran\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode analisis data yang digunakan untuk merangkum dan menggambarkan data yang telah terkumpul, tanpa melakukan penarikan kesimpulan atau generalisasi terhadap populasi secara keseluruhan.

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan informasi yang sejelas – jelasnya, tepat serta akurat dengan meringkas data tanpa mengurangi keseluruhan pada makna data. Untuk sensus, statistik deskriptif biasanya digunakan. Termasuk nilai rata-rata atau *mean*, nilai tengah atau *median*, nilai yang sering muncul atau *mode*, kuartil atau

quartile, persentil atau *percentile*, jarak atau *range*, penyimpangan atau *variance*, serta standar deviasi atau *standard deviation* pengertian ini diungkapkan dalam Buku Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi oleh (Fauzi et al., 2018). Statistik deskriptif memiliki peran penting karena mencerminkan data secara keseluruhan sehingga hasil analisis ini dapat digunakan untuk mendukung hasil analisis statistik inferensial.

2. Uji Asumsi Klasik

Serangkaian uji statistik yang dikenal sebagai pengujian asumsi klasik sering digunakan untuk memastikan bahwasannya model regresi linier memenuhi sejumlah praduga mendasar untuk menjamin validitas dan reliabilitas hasil estimasi. Empat metode berikut digunakan untuk menguji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas, menurut Syafrida dalam Buku Metodologi Penelitian (Sahir 2021), merupakan prosedur untuk mengetahui apakah variabel bebas dan dependen terdistribusi secara teratur atau tidak.

Sedangkan menurut (Sinambela, Lijan P & Sinambela 2021) Uji normalitas merupakan langkah untuk menilai apakah data memiliki pola distribusi yang mendekati distribusi normal. Uji ini penting dilakukan karena salah satu asumsi dasar dalam analisis data

mengharuskan data mengikuti distribusi normal. Apabila grafik yang ditampilkan menunjukkan garis lurus linear, maka hal tersebut menandakan bahwa data terdistribusi secara normal. Model regresi yang baik ditandai dengan residual yang berdistribusi normal jika tidak, maka hasil uji statistik yang digunakan menjadi tidak valid untuk dapat mewakili populasi.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogorov-smirnov* (K-S) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan dari hasil pengujian penelitian $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.
2. Jika nilai signifikan dari hasil pengujian penelitian $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal

Dalam memeriksa normalitas, penelitian dapat memeriksa distribusi data melalui *normal probability plot* dimana titik-titik ditampilkan dan dianalisis. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika berbagai titik yang diletakan menunjukkan berada pada garis lurus atau menyebar disekitar garis, maka populasi yang diambil data sampelnya dapat dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika berbagai titik yang diletakan tidak menunjukkan berada pada garis lurus atau menyebar jauh dari garis, maka dapat menyimpulkan

bahwa sampel data yang diambil tidak mewakili populasi yang memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam buku *Metodologi Penelitian* (Sahir 2021), Syafrida menyatakan bahwasannya uji multikolinieritas menentukan apakah variabel independen atau bebas memiliki hubungan yang kuat satu sama lain. Pendekatan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL) dapat digunakan untuk mengidentifikasi multikolinieritas. Tingkat di mana satu variabel independen memengaruhi variabel independen lainnya dapat diperlihatkan oleh kedua indikator tersebut. Sederhananya, setiap variabel independen diregresikan pada variabel independen lainnya setelah dipecah menjadi variabel dependen atau terikat. Jumlah variabilitas dalam variabel independen tertentu yang dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya diukur dengan toleransi. Karena $VIF = 1/Tolerance$, multikolinieritas muncul ketika nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai $VIF \geq 10$ atau nilai toleransi $\leq 0,10$ adalah nilai batas umum yang digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas. Sebaliknya, tidak ada multikolinieritas diperlihatkan oleh nilai $VIF \leq 10$ atau nilai toleransi $\geq 0,10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians residu dari dua pengamatan tidak sama, seperti yang dikemukakan Syafrida dalam buku teknik penelitian (Sahir 2021). Penyimpangan *Heterokedanstisitas* menurut (Sugiyono 2012), pengertian *Heterokedanstisitas* merupakan varians variabel dalam model tidak sama atau konstan.

Menurut Fauzi et al. (2018) dalam buku Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi, heteroskedastisitas didefinisikan sebagai kondisi di mana varians dari error atau galat pada model regresi tidak bersifat konstan. Ketika varians residual antara pengamatan tetap konstan, itu dikenal sebagai homoskedastisitas, yang merupakan kebalikan dari persyaratan ini. Menurut Wiratna (2016), model regresi yang optimal adalah model yang tidak memasukkan heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas. Grafik plot sebar yang menunjukkan hubungan antara nilai residu variabel dependen (SRESID) dan nilai proyeksinya (ZPRED) dapat digunakan untuk menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas. Proses pengambilan keputusan yang digunakan dalam analisis ini yaitu :

1. Jika terdapat pola tertentu atau titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola yang jelas atau titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Menurut Syafrida dalam buku Metodologi Penelitian (Sahir 2021) Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan pada korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Uji Autokorelasi biasanya digunakan untuk data *time series* atau data turun waktu yang menyebabkan data ordinal ataupun interval tidak wajib dalam menggunakan uji autokorelasi.

Hal ini dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin Watson (*DW test*). Di mana penilaian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai DW berada di dL antara dU sampai dengan $4 - dU$ maka koefisien autokorelasi sama dengan nol atau ($dU \leq d \leq 4 - dU$). Menandakan tidak adanya autokorelasi.
- b. Jika nilai DW lebih kecil dari dU , maka koefisien autokorelasi akan lebih lebih besar daripada nol atau ($0 < d < dL$). Menandakan adanya autokorelasi positif.
- c. Jika nilai DW berada diantara dL dan dU atau ($dL \leq d \leq dU$), maka kesimpulan tidak bisa diambil.

- d. Jika nilai DW lebih besar dari $4 - dU$, maka koefisien autokorelasi akan lebih besar dari nol atau $(4 - dL \leq d \leq 4)$. Menandakan adanya autokorelasi negatif.
- e. Jika nilai DW berada diantara $4 - dU$ dan $4 - dL$ atau $(4 - dU \leq d \leq 4 - dL)$, maka kesimpulan tidak bisa diambil.

3. Analisis Regresi Linear

Menurut (Sinambela 2021), uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan dan berbentuk garis lurus antara dua variabel. Pengujian ini umumnya dilakukan sebagai langkah awal sebelum melanjutkan ke analisis korelasi atau regresi linear. Analisis regresi sendiri digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara individu (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Uji analisis regresi linear dibagi menjadi dua yaitu :

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dimanfaatkan untuk menilai dampak suatu variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hal ini disebut linear karena setiap perkiraan diperkirakan akan bertambah atau berkurang dalam satu garis lurus (Sinambela, 2021).

Analisis regresi berganda dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi pengaruh *tax avoidance*, kinerja keuangan dan

struktur modal terhadap nilai perusahaan. Model yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5,6}$ = Koefisien regresi untuk setiap variabel X

X₁ = Profitabilitas

X₂ = Leverage

X₃ = Likuiditas

X₄ = Ukuran Perusahaan

X₅ = *Sales Growth*

X₆ = *Tax Avoidance*

ϵ = Standart Error

4. Uji Hipotesa

Untuk menguji hipotesa tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *tax avoidance*

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, langkah pembuktian hipotesa dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Syafrida dalam buku Metodologi Penelitian (Sahir 2021) Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. (Azizah & Widyawati, 2021) Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu model dapat menjelaskan variasi variabel independen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara nol hingga satu. Ketika nilai determinasi rendah, hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabilitas pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai *adjusted* R^2 , maka semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

b. Uji Signifikan Parsial atau Uji T

Untuk dapat mengetahui pengaruh dari setiap masing-masing variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel dependen perlu dilakukan uji T. Uji parsial ini dilakukan sesuai dengan persyaratan berikut :

- a. Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$)

1. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien regresi tidak signifikan).
2. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien regresi signifikan).
 H_0 : Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Membandingkan nilai T (tabel) dengan T (hitung)

1. Jika $T(\text{hitung}) < T(\text{tabel})$ maka secara individual tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen
2. Jika $T(\text{hitung}) > T(\text{tabel})$ maka terdapat pengaruh secara individual antara variabel independen dengan variabel dependen

c. **Uji Signifikan Simultan atau Uji F**

Menurut (Sinambela, 2021) Uji F dalam penelitian digunakan untuk menilai apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Pengujian ini menggunakan uji distribusi F. artinya dengan membandingkan nilai F_{tabel} dengan F_{hitung} yang dihasilkan dari perhitungan dengan tingkat signifikan tertentu ($\alpha = 0,05$). Dasar pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Jika nilai $F > 0,05$ maka model regresi tidak dapat digunakan dalam memprediksi variabel dependen maupun variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama.
2. Jika nilai $F < 0,05$ maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Membandingkan antara F (tabel) dengan F (hitung) :

1. Jika F (hitung) $< F$ (tabel) maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Jika F (hitung) $> F$ (tabel) maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

